

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

« 30 » 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.12

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

(Индекс дисциплины)

(Наименование дисциплины)

Кафедра: **55**

Код

Экономики и финансов

Наименование кафедры

Направление подготовки:

38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки:

Маркетинг

Уровень образования: **бакалавриат**

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	108	108
	Аудиторные занятия	68	16
	Лекции	34	8
	Лабораторные занятия	-	-
	Практические занятия	34	8
	Самостоятельная работа	40	88
	Промежуточная аттестация	-	4
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	-	-
	Зачет	7	8
	Контрольная работа	-	-
	Курсовой проект (работа)	7	8
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		3	3

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная							3					
Заочная							0,5	2,5				

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки

на основании учебных планов № 1/1/676, 1/3/678

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно
 является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

Развить компетенции обучающегося в области маркетинга с учетом особенностей различных отраслей и сфер деятельности.

1.3. Задачи дисциплины

- дать знания особенностей маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности
- сформировать основной категориально - понятийный аппарат дисциплины
- выработать практические умения и навыки в области определения оптимальных целей для успешной деятельности на рынке, организации сбытовой и торговой деятельности на отраслевых рынках, организации сбытовой и торговой деятельности на региональных рынках

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ОПК-6	владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	второй
Планируемые результаты обучения Знать: Основы теоретических и практических подходов к определению источников и механизмов обеспечения операционной деятельности предприятия Уметь: Самостоятельно разрабатывать корпоративные, функциональные и инструментальные стратегии развития организации в зависимости от отраслевой принадлежности Владеть: Методами реализации основных управленческих функций: принятие решений, организация, мотивация		
Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-13	умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	второй
Планируемые результаты обучения Знать: Сущность и особенности маркетинговой деятельности в различных сферах деятельности Уметь: Выбирать оптимальные маркетинговые инструменты для повышения эффективности работы предприятия в зависимости от сферы деятельности Владеть: Навыками разработки бизнес проектов в зависимости от сферы деятельности предприятия		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Математика (ОПК-6, ПК-13)
- Статистика (ОПК-6)
- Теория организации (ОПК-6)

- Методы принятия управленческих решений (ОПК-6)
- Маркетинг (ПК-13)
- Основы отраслевых технологий (ОПК-6)
- Методы оптимальных решений (ОПК-6)
- Товарная политика и товарный ассортимент (ОПК-6)
- Теория вероятностей и математическая статистика (ПК-13)
- Операционный менеджмент (ОПК-6)
- Теория и методы принятия решений (ОПК-6)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)	
	очное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Теоретические основы маркетинга и специфика его применения в сфере услуг		
Тема 1. Теоретические основы маркетинга История возникновения и развития маркетинга. Определения маркетинга. Ключевые понятия, принципы и функции маркетинга. Концепции управления маркетингом. Комплекс маркетинга и его модификация. Виды маркетинга	10	10
Тема 2. Маркетинг в сфере услуг Отличительные черты услуг и их классификация. Особенности маркетинга в сфере образовательных услуг. Субъекты и объекты маркетинга образовательных услуг. Маркетинг в сфере туристских услуг. Классификация видов туризма. Маркетинговые исследования туристского рынка и сегментация потребителей туристского продукта.	14	16
Текущий контроль 1 (проверочная работа)	2	-
Учебный модуль 2. Особенности маркетинга в различных сферах деятельности		
Тема 3. Банковский маркетинг Понятие и задачи банковского маркетинга. Концепции маркетинговой деятельности банка. Жизненный цикл банковского продукта.	8	8
Тема 4. Маркетинг в страховой деятельности Общие сведения о страховании. Виды страхования. Маркетинг в страховании.	8	8
Тема 5. Маркетинг в торговле Маркетинговые решения в розничной торговле. Маркетинговые решения оптовика. Сущность и значение мерчендайзинга в торговой деятельности фирмы. Мерчендайзинговый подход к стимулированию продаж в торговых точках.	14	16
Тема 6. Маркетинг в промышленности Природа и сфера применения промышленного маркетинга. Специфика маркетинга товаров для производства. Особенности комплекса маркетинга на предприятиях отраслей промышленности.	8	8
Тема 7. Некоммерческий маркетинг Сущность некоммерческого маркетинга. Классификация некоммерческих организаций. Социальная реклама, как средство продвижения некоммерческих продуктов.	8	8
Текущий контроль 2 (проверочная работа)	2	-
Промежуточная аттестация по дисциплине (курсовой проект)	30	30
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет)	4	4
ВСЕГО:	108	108

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	7	4	7	1
2	7	6	7	2
3	7	4	7	1

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
4	7	4	8	1
5	7	6	8	1
6	7	4	8	1
7	7	6	8	1
ВСЕГО:		34		8

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Основы маркетинга (практическое занятие)	7	4	8	1
2	Маркетинг в сфере услуг (кейс, ситуационная задача)	7	6	8	1
3	Банковский маркетинг (практическое занятие)	7	4	8	1
4	Маркетинг в страховой деятельности (практическое занятие)	7	4	8	1
5	Маркетинг в торговле (деловая игра, практическое занятие)	7	6	8	2
6	Маркетинг в промышленности (практическое занятие)	7	4	8	1
7	Некоммерческий маркетинг (фокус-группа)	7	6	8	1
ВСЕГО:			34		8

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1. Цели и задачи курсового проекта

Цель курсового проектирования – развитие самостоятельности, творческой активности обучающегося, умения обобщать и анализировать материал.

Задачи курсового проекта:

- углубление теоретических знаний по актуальным маркетинговым проблемам
- получение навыков применения теоретических знаний в решении практических задач

4.2. Тематика курсовой работы

Тема 1. Особенности маркетинга медицинских услуг (на примере)

Тема 2. Анализ сервисной деятельности (на примере)

Тема 3. Особенности маркетинга в издательской деятельности (на примере)

Тема 4. Особенности маркетинга гостиничных услуг (на примере)

Тема 5. Ярмарки и выставки в современном маркетинге (на примере)

Тема 6. Анализ рекламной деятельности (на примере)

Тема 7. Особенности маркетинга на рынке интеллектуального продукта (на примере)

Тема 8. Особенности маркетинга на рынке ценных бумаг (на примере)

Тема 9. Анализ применения методов аромамаркетинга (на примере)

Тема 10. Особенности маркетинга в фармацевтике (на примере)

Тема 11. Особенности маркетинга в малом бизнесе (на примере)

Тема 12. Особенности маркетинга в агробизнесе (на примере)

Тема 13. Анализ использования POS-материалов (на примере)

Тема 14. Особенности применения партизанского маркетинга (на примере)

Тема 15. Особенности размещения продовольственных и непродовольственных товаров в розничной торговле (на примере)

4.3. Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы

Курсовая работа должна состоять из титульного листа, реферата, содержания, введения, 2 глав, заключения, списка использованных источников и приложений (по необходимости).

Требования к содержанию структурных элементов работы.

Титульный лист является первой страницей курсовой работы и служит, источником информации, необходимой для обработки и поиска документа.

Реферат составляется на одну страницу. Реферат должен содержать: сведения об объеме курсовой работы (кол-ве страниц), количестве иллюстраций, таблиц, приложений, количестве частей отчета, количестве использованных источников; перечень ключевых слов; текст реферата.

Текст реферата должен отражать: объект исследования или разработки; цель работы; метод или методологию проведения работы; результаты работы; рекомендации по внедрению или итоги внедрения результатов курсовой работы. Пример составления реферата приведен в приложении Б.

Содержание включает введение, наименование всех разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование), заключение, список использованных источников и наименование приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы.

Введение должно кратко характеризовать современное состояние научной проблемы, которой посвящена работа, а также ее цель и задачи. Во введении следует четко сформулировать, в чем заключаются новизна и актуальность работы, обозначить объект, предмет исследования и предполагаемые результаты работы.

Первая глава работы – теоретическая. В данном разделе необходимо провести обзор отечественных и зарубежных литературных источников, отражающих современный уровень состояния рассматриваемой проблемы, показать различные точки зрения на проблему, степень изученности теоретических, практических, дискуссионных вопросов, высказать и обосновать собственную точку зрения.

Вторая глава – практическая, должна содержать характеристику, анализ и оценку конкретного объекта исследования (товара/услуги, предприятия/организации или рынка/отрасли). Здесь автор анализирует конкретные данные по изучаемому объекту. Обязательным является проведение экономико-статистического анализа исследуемой темы. В соответствии с планом и задачами исследования разработать подробную анкету (около 15 вопросов). Бланк анкеты представить в приложении курсовой работы. Провести опрос потребителей (не менее 30 человек), результаты опроса представить в виде диаграмм с выводами по основным вопросам анкеты.

При написании этого раздела студент всесторонне применяет и использует различные методы изучения, анализа и синтеза рассматриваемой проблемы в практическом разрезе. Данные второго раздела должны подтверждать рассмотренные в первом разделе теоретические положения. Так же во второй главе курсовой работы студенту необходимо разработать предложения по совершенствованию процессов или отдельных видов деятельности в организации, обосновать эффективность предлагаемых решений и направлений развития. Изложенный материал необходимо проиллюстрировать таблицами, графиками, диаграммами, составленными на основе данных предприятия или взятых из использованных источников на основании собственных исследований.

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам выполненной курсовой работы или отдельных ее этапов, оценку полноты решений поставленных задач.

Работа завершается списком использованных источников. В список использованных источников (их должно быть не менее 15) включается вся литература, с которой студент ознакомился при подготовке курсовой работы. Не допускается к защите работа, в списке использованных источников которой есть литература старше 5 лет.

В приложения рекомендуется включать материалы, связанные с выполненной работой, которые по каким-либо причинам не могут быть приведены в основной части: – таблицы вспомогательных цифровых данных; – инструкции, методики, разработанные в процессе выполнения работы; – иллюстрации вспомогательного характера.

Объем курсовой работы составляет 25-30 страниц. Работа оформляется в соответствии с требованиями, предъявляемыми к курсовым работам.

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Проверочная работа	7	1	-	-
2	Проверочная работа	7	1	-	-

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	7	4	7 8	14 28
Подготовка к практическим (семинарским) занятиям	7	2	8	16
Выполнение курсовой работы	7	30	8	30
Подготовка к зачету	7	4	8	4
ВСЕГО:		40		92

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)	
		очное обучение	заочное обучение
Лекции	Проходят в форме лекция-диалог, проблемная лекция, лекция – визуализация, лекция – презентация.	16	6
Практические и семинарские занятия	Фокус-группа, кейс, ситуационные задачи.	15	6
ВСЕГО:		31	12

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Активность на аудиторных занятиях	20	- Выполнение практических работ и своевременная сдача отчета о полученных результатах – 4 балла (всего 17 занятий по 2 часа, максимум 68) - Активное участие в фокус-группе – 32 баллов
2	Прохождение текущего контроля	20	- Прохождение текущего контроля: правильное выполнение практического задания – 50 баллов (2 проверочные работы, максимум 100 баллов)
3	Выполнение, предоставление в срок и защита курсовой работы	30	- Представление в срок и качество оформления – максимум 15 баллов; - Содержание (соответствие заданию, наличие всех требуемых элементов, наличие и значимость ошибок) – максимум 50 баллов; - Качество защиты (полнота ответов на вопросы, владение специальной терминологией, затраченное на ответы время) – максимум 35 баллов.
4	Сдача зачета	30	- Ответы на вопросы теста – 10 баллов за правильный ответ (5 вопросов, максимум 50 баллов) - Решение комплексного практического задания 50 баллов за правильное решение и ответ (1

		задание, максимум 50 баллов)
Итого (%):	100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале
86 - 100	5 (отлично)
75 – 85	4 (хорошо)
61 – 74	
51 - 60	
40 – 50	3 (удовлетворительно)
17 – 39	2 (неудовлетворительно)

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2014.— 544 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35493>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Муртузалиева Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 166 с. — 978-5-394-02710-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70852.html>.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 300 с. — 978-5-394-01285-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57160.html>
4. Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 283 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24796>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 252 с. — 978-5-394-02723-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60442.html>

б) дополнительная учебная литература

1. Дьякова Т.М. Размещение и выкладка товаров в торговом зале магазина [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дьякова Т.М.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 48 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21549>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Новаков А.А. Секреты розничной торговли [Электронный ресурс]: вопросы и ответы/ Новаков А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Инфра-Инженерия, 2013.— 464 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23319>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Кушу С.О. Банковский менеджмент и маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» / С.О. Кушу. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 72 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64314.html>
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ В.Т. Гришина [и др.]— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 446 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14059>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 440 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35291>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Петренко Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Петренко Ю. В., Неуструева А. С. – СПб., СПГУТД, 2016. – 103 с. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3200, по паролю.

2. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю.
3. Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. – СПб.: СПГУТД, 2014. – 26 с. – Режим доступ http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]: <http://www.iprbookshop.ru>.
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]: <http://publish.sutd.ru>
3. «4p.ru» журнал по маркетингу [Электронный ресурс]: <http://www.4p.ru>
4. Практичный сайт по маркетингу [Электронный ресурс]: <http://www.powerbranding.ru>
5. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: <http://www.marketing.spb.ru>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Office 2016
2. Microsoft Windows 10

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Специализированная мебель, доска, переносное мультимедийное оборудование,
2. Персональные компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду

8.6. Иные сведения и (или) материалы

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины; • конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. • проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии.</p>
Практические занятия	<p>На практических занятиях разъясняются теоретические положения дисциплины. Обучающиеся рассматривают конкретные ситуации, овладевают навыками сбора анализа, обработки информации для принятия самостоятельных решений. Принимает участие в деловых играх и фокус-группе.</p>
Лабораторные занятия	Не предусмотрены

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа обучающегося предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и других источников информации, выполнение текущих практических задания по поиску профессиональной информации в Интернете, подготовки к проверочным работам и зачету и т.д. Самостоятельная работа выполняется индивидуально.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ОПК-6/ Второй этап	Перечисляет основные инструменты операционного маркетинга	Тестирование	Типовые тестовые задания (5 заданий)
	Анализирует деятельность организации и разрабатывает предложения по повышению ее эффективности для предприятий разных сфер деятельности	Тестирование	Типовые тестовые задания (5 заданий)
	Проводит оценку разработанных маркетинговых программ	Практическое задание	Комплект практических заданий (5 заданий)
ПК-13/ Второй этап	Называет особенности применения элементов комплекса маркетинга в зависимости от особенностей отрасли, в которой функционирует предприятие	Тестирование	Типовые тестовые задания (5 заданий)
	Анализирует маркетинговую деятельность предприятия с учетом отраслевой специфики	Тестирование	Типовые тестовые задания (5 заданий)
	Выявляет приоритетные направления совершенствования маркетинговой деятельности предприятия в зависимости от рыночной ситуации в отрасли	Практическое задание	Комплект практических заданий (5 заданий)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Курсовая работа	Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	Курсовая работа выполнена в срок, качественно и на высоком уровне. Содержание курсовой работы раскрыто полностью. Рекомендации имеют практическую значимость. Обучающийся показал при этом высокий уровень профессиональной компетентности, а также проявил в	Даны правильные ответы на 4 или 5 тестовых вопросов и правильно решено практическое задание. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

		работе самостоятельность, творческий подход. Курсовая работа оформлена в соответствии с требованиями ГОСТа. Презентация выполнена качественно. На защите продемонстрировал разносторонние знания по содержанию курсовой работы.	
75 – 85	4 (хорошо)	Обучающийся выполнил работу в срок. Содержание курсовой работы раскрыто. Однако расчеты, таблицы и рисунки содержит отдельные недочеты, связанные с глубиной анализа материала; работа не имеет серьезных замечаний. При этом обнаружил умение определять основные задачи и способы их решения, проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск. На защите продемонстрировал уверенные знания материала, предусмотренные содержанием курсовой работы. В работе и при ответе допущены незначительные ошибки.	Даны правильные ответы на 3 тестовых вопроса и правильно решено практическое задание. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74			Даны правильные ответы на 2 тестовых вопроса и правильно решено практическое задание. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Обучающийся выполнил курсовую работу, но предоставил ее не в срок и с ошибками, в ходе выполнения обнаружил недостаточную развитость основных навыков, не проявил инициативу в работе, не показал умений применять полученные знания по предмету, допускал ошибки в постановке и решении задач. На защите продемонстрировал знание основных положений содержания курсовой работы, но дал ответ не полный, без теоретического обоснования.	Даны правильные ответы на 1 тестовый вопрос и правильно решено практическое задание. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50			Правильно решено практическое задание. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных содержанием курсовой работы заданий или содержание работы полностью не соответствует заданию, не знаком с рекомендованной литературой, не может исправить допущенные ошибки. Представление чужой работы, либо отказ от представления работы.	Не даны ответы на тестовые вопросы и неправильно решено практическое задание. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16			
0			

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Не предусмотрено

Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1	Сопоставьте ситуации на рынке и наиболее подходящие к ним виды маркетинга 1. Значительная часть россиян не делает прививки от гриппа вследствие негативного отношения к ним 2. В последние годы в России наблюдается снижение потребления молока 3. С каждым годом растет число курящих а. ремаркетинг б. противодействующий в. конверсионный	1 – в 2 – а 3 – б
2	Сопоставьте концепции маркетинга и миссии компаний 1. мы производим автомобили, которые предлагаем по доступным ценам 2. мы предлагаем часы, которые получили золотые медали на Лейпцигской ярмарке 3. мы не только продаем автомобили по каталогам, но и доставляем их к месту требования покупателя а. товарная б. сбытовая в. производственная	1 – в 2 – а 3 – б
3	Выберите шесть основных критериев, которые формируют имидж банка а. международные контакты б. деятельность на рынке финансовых услуг в. выпуск акций г. банковский менеджмент и банковские технологии д. образ банкиров е. реклама ж. купля-продажа валюты з. операции с ценными бумагами и. некоммерческая деятельность банка к. культура банковского обслуживания л. банковский аудит м. предоставление инвестиционных кредитов	г, д, е, ж, и, к
4	Сопоставьте основные виды промышленных товаров и их составляющие 1. промышленное оборудование 2. промышленные товары 3. промышленное обеспечение 4. промышленные услуги а. упаковочные материалы б. сырье в. техническое обслуживание оборудования г. здания и сооружения	1 – г 2 – б 3 – а 4 – в
5	Такие сферы услуг, как здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты, спортивные залы, относятся к классу услуг _____ а. осязаемые действия, направленные на тело человека б. осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты в. неосязаемые действия, направленные на сознание человека г. неосязаемые действия с неосязаемыми активами	а

10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

Не предусмотрено

Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых заданий (задач, кейсов)	Ответ
1	<p>Рассчитайте, является ли решение Н. Дунаева поступить на одногодичные курсы повышения квалификации экономически обоснованным, если известно, что: стоимость обучения на курсах составляет 30 тыс. ден. ед. упущенный доход (величина потенциального заработка за год) 150 тыс. ден. ед. После окончания курсов Н. Дунаев будет продолжать трудовую деятельность в своей компании в течение ближайших трех лет, рассчитывая получить прирост к своему потенциальному заработку в размере 75 тыс. ден. ед., 90 тыс. ден. ед. и 105 тыс. ден. ед. соответственно. Действующая рыночная норма процента составляет 10% (ставка дисконтирования).</p> <p>а. нет, не является, так как дисконтированный доход меньше вложенных средств б. да, является, так как дисконтированный доход больше вложенных средств более чем на 20 тыс. ден. ед. в. да, является, так как дисконтированный доход больше вложенных средств более чем на 40 тыс. ден. ед.</p>	в
2	<p>Туристическая фирма «Южный ветер» успешно работает на российском рынке международного и внутреннего туризма с 2001 года. Вся деятельность компании проходит под лозунгом «Вашего Гида зовут Южный ветер», который наиболее точно отражает ответственность компании перед своими клиентами. Безусловными приоритетами в работе компании являются качество обслуживания, пожелания и требования клиентов. Такой индивидуальный подход был и остается основным в деятельности компании, что подтверждают многочисленные положительные отзывы наших клиентов, перешедших в разряд постоянных. С 2012 года 1% от полученной ежегодной прибыли фирма тратит на организацию поездок детей из интернатов г. Санкт-Петербург по Золотому кольцу России. Какой концепции придерживается фирма в своей деятельности в последнее время.</p> <p>а. концепции чистого маркетинга б. товарной концепции в. сбытовой концепции г. социально-этической концепции</p>	г

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче зачета и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

10.3.3. Особенности проведения зачета

Время на заполнение ответов тестовых вопросов и решение практического задания 45 минут. Проверка и сообщение результатов в течение 30 минут, после сдачи студентами бланка с ответами.