

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**Колледж технологии, моделирования и управления**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор.  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.15**

(Индекс дисциплины)

**Маркетинг**

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин (экономических) 05

Специальность: 38.02.02 Страхование дело (по отраслям)

Квалификация: Специалист страхового дела

Программа подготовки: Базовая

**План учебного процесса**

| Составляющие учебного процесса  |   | Очное обучение | Очно-заочное обучение | Заочное обучение |
|---|---|----------------|-----------------------|------------------|
| Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы) | <b>Максимальная учебная нагрузка</b>                | 48             |                       |                  |
|   | <b>Обязательные учебные занятия</b>                 | 32             |                       |                  |
|   | Лекции, уроки                                       | 22             |                       |                  |
|   | Практические занятия, семинары                      | 10             |                       |                  |
|   | Лабораторные занятия                                |                |                       |                  |
|   | Курсовой проект (работа)                            |                |                       |                  |
|   | <b>Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)</b> | 16(3)          |                       |                  |
| Формы контроля по семестрам (номер семестра)  | Экзамен   |                |                       |                  |
|   | Зачет   |                |                       |                  |
|   | Контрольная работа                                  | 2              |                       |                  |
|   | Курсовой проект (работа)                            |                |                       |                  |

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 22-02/1/9, 21-02/1/9

Составитель(и): Преподаватель Трофимова Л.В.

Председатель цикловой комиссии: Трофимова Л.В.

*(Ф.И.О. председателя, подпись)*

#### **СОГЛАСОВАНИЕ:**

Директор колледжа: Корабельникова М. А.

*(Ф.И.О. директора, подпись)*

Методический отдел: Ястребова С.А.

*(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)*

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная  Обязательная  Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл   
Часть модуля  Вариативная  Математический и общий естественнонаучный учебный цикл   
Профессиональный  Профессиональный учебный цикл   
модуль:  \_\_\_\_\_  
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

## 1.2. Цель дисциплины

Формирование компетенций в области организации маркетинговой деятельности на предприятии.

## 1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть ключевые аспекты маркетинга;
- Продемонстрировать особенности характеристик товара и цены, каналов товародвижения, маркетинговых коммуникаций;
- Рассмотреть появление новых маркетинговых инструментов.

## 1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1)
- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2)
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3)
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4)
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5)
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6)
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8)

Профессиональные: (ПК)

- ПК 2.2. Организовывать розничные продажи.
- ПК 4.6. Принимать меры по предупреждению страхового мошенничества.

## 1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Уметь:
1. Выявлять потребности(ОК 1-6, 8)
  2. Проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать решения (ОК 1-6, 8, ПК 4.6)
  3. Применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ОК 1-6, 8)
  4. Использовать экономическую и нормативную документацию в своей профессиональной деятельности (ОК 1-6, 8)
- Знать:
- 1) Структуру маркетинговой деятельности предприятия в условиях рынка (ОК 1-6, 8)
  - 2) Классификацию маркетинга (ОК 1-6, 8)
  - 3) Принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности (ОК 1-6, 8, ПК 2.2, ПК 4.6)
  - 4) Маркетинговую окружающую среду (ОК 1-6, 8, ПК 4.2)
  - 5) Конкурентоспособность организации (ОК 1-6, 8)
  - 6) Стратегию и планирование маркетинга (ОК 1-6, 8)

## 1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- ОП.14 Экономическая теория (ОК 5, ОК 8)
- ОГСЭ.06 Русский язык и культура речи (ОК 4-5, ОК 8)
- ОП.10 Страхование дело (ОК 1-6, ОК 8, ПК 2.2, ПК 4.6)
- ОПА.11 Безопасность жизнедеятельности (ОК 1-6, ОК 8, ПК 2.2, ПК 4.6)

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание тем и форм контроля   | Выделяемое время (часы) |                       |                  |
|---|-------------------------|-----------------------|------------------|
|   | очное обучение          | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| <b>Тема 1. Понятие и сущность маркетинга</b><br>Предмет, цели и задачи курса. Маркетинг как экономическая категория. История и эволюция маркетинговой концепции. Цели, задачи и принципы маркетинга, структура. Функциональное назначение маркетинга. Сферы применения маркетинга: услуги, политика, государственные и общественные организации, идеи. Субъекты маркетинга. Объекты маркетинга. Классический комплекс маркетинга.                                       | 6                       |                       |                  |
| <b>Тема 2. Окружающая среда маркетинга</b><br>Основные элементы макро- и микросреды предприятия. Система факторов, влияющих на рыночное поведение предприятия. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды. Разновидности макросреды. Макросреда и конъюнктура рынка.   | 4                       |                       |                  |
| <b>Тема 3. Сегментирование рынка</b><br>Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования. Критерии выбора сегмента рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара на рынке.   | 2                       |                       |                  |
| <b>Тема 4. Основы товарной политики и планирование продукции</b><br>Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Товарная марка и упаковка. Жизненный цикл товара. Основные направления товарной политики. Этапы разработки нового товара. Пробный маркетинг. Коммерческое производство товаров. Проблема сокращения сроков разработки товаров.  | 7                       |                       |                  |
| <b>Тема 5. Конкуренция и конкуренты</b><br>Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность, конкуренты. Виды конкуренции. Стратегии конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы. Антимонопольное законодательство.   | 6                       |                       |                  |
| <b>Тема 6. Ценовая политика в условиях рынка</b><br>Понятие и сущность цены. Виды цен. Общие подходы к ценообразованию. Информационное обеспечение политики ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Влияние цены на спрос и предложение.  | 4                       |                       |                  |
| <b>Тема 7. Планирование товародвижения</b><br>Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Основные методы распространения товара. Каналы распределения продукции. Торговые посредники. Виды оптовых предприятий. Розничная торговля. Основные виды розничных торговых предприятий. Факторы, влияющие на выбор посредников.  | 4                       |                       |                  |
| <b>Тема 8. Маркетинговые коммуникации (Комплекс стимулирования)</b><br>Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж. Специфические приемы маркетинговой коммуникации: торговые презентации, экспозиции, специализированные выставки, ярмарки и т.д. Понятие «Паблик релейшнз». Рекламная деятельность. Виды рекламы. Тема и девиз рекламной компании. Правила рекламы. Выбор средств рекламы и ее эффективность. | 4                       |                       |                  |
| <b>Тема 9. Стратегическое маркетинговое планирование и контроль</b><br>Стратегический план маркетинга. Виды маркетинговых стратегий: понятие, характерные черты. Основные направления анализа стратегий. Маркетинговая часть бизнес плана.  | 3                       |                       |                  |
| <b>Текущий контроль по дисциплине</b> – проверочная работа, тестирование, проверка домашних заданий   | 4                       |                       |                  |
| <b>Промежуточная аттестация по дисциплине</b> - контрольная работа  | 4                       |                       |                  |
| <b>ВСЕГО:</b>   | <b>48</b>               |                       |                  |

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

#### 3.1. Лекции, уроки

| Номера изучаемых тем   | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|------------------------|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|                        | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Тема 1                 | 2              | 4            |                       |              |                  |              |
| Тема 2                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 3                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 4                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 5                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 6                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 7                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 8                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 9                 | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| 1-9 контрольная работа | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| <b>ВСЕГО:</b>          |                | <b>22</b>    |                       |              |                  |              |

#### 3.2. Практические занятия, семинары

| Номера изучаемых тем | Наименование и форма занятий  | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|----------------------|---|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|                      |   | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Тема 1               | Практическое занятие №1<br>Разработка комплекса маркетинга                              | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 4               | Практическое занятие №2<br>Выбор товарной марки.<br>Определение жизненного цикла товара | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 5               | Практическое занятие №3<br>«Анализ конкурентоспособности товара фирмы»                  | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 7               | Практическое занятие №4<br>Выбор наиболее эффективного метода продвижения               | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 8               | Практическое занятие №5<br>Разработка рекламы на отдельные виды товаров и услуг         | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| <b>ВСЕГО:</b>        |   |                | <b>10</b>    |                       |              |                  |              |

#### 3.3. Лабораторные занятия (не предусмотрены)

### 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ (Не предусмотрено)

### 5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Номера тем, по которым проводится контроль | Форма контроля знаний     | Очное обучение |        | Очно-заочное обучение |        | Заочное обучение |        |
|--|---------------------------|----------------|--------|-----------------------|--------|------------------|--------|
|  |                           | Номер семестра | Кол-во | Номер семестра        | Кол-во | Номер семестра   | Кол-во |
| Тема 8                                     | Проверочная работа        | 2              | 1      |                       |        |                  |        |
| Тема 1-9                                   | Тестирование              | 2              | 1      |                       |        |                  |        |
| Тема 1-9                                   | проверка домашних заданий | 2              | 2      |                       |        |                  |        |

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Виды самостоятельной работы обучающегося | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|  | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Усвоение теоретического материала        | 2              | 5            |                       |              |                  |              |
| Подготовка к практическим занятиям       | 2              | 2            |                       |              |                  |              |
| Консультации                             | 2              | 3            |                       |              |                  |              |
| Выполнение домашних заданий              | 2              | 3            |                       |              |                  |              |
| Подготовка к контрольной работе          | 2              | 3            |                       |              |                  |              |
| <b>ВСЕГО:</b>                            |                | <b>16</b>    |                       |              |                  |              |

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

| Краткая характеристика вида занятий   | Используемые активные и интерактивные формы                                   | Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы) |                       |                  |
|---|---|--|-----------------------|------------------|
|   |   | очное обучение   | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| <b>Лекции, комбинированные уроки:</b><br>обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе реальных ситуаций, контролируют уровень освоения нового материала за счет текущего контроля | Метод проектов, групповая и индивидуальная формы работы, игровой метод, опрос | 6  |                       |                  |
| <b>Практические занятия:</b> обеспечивают формирование навыков анализа отдельных конкретных ситуаций маркетинговой деятельности предприятия   | Учебная проблема, презентация домашнего задания                               | 10   |                       |                  |
| <b>Лабораторные занятия:</b><br>Не предусмотрены  |   |  |                       |                  |
| <b>ВСЕГО:</b>   |   | 16   |                       |                  |

### 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                 | Аудиторная активность:<br>Посещение лекций и практических занятий, своевременная сдача отчетов по практическим работам | 30                                | 4 балла за активную работу на занятии (всего 16 занятий) максимум 64 балла;<br>6 баллов за каждый своевременно сданный отчет по практическому занятию (всего 5 работ) максимум 30 баллов;<br>за выполнение домашнего задания 2 балла (всего 3 темы) максимум 6 баллов |
| 2                 | Прохождение текущего контроля  | 30                                | 80 баллов тестирование (1 тест 80 баллов)<br>20 баллов проверочная работа (1 работа 20 баллов)  |
| 3                 | Прохождение промежуточной аттестации (контрольная работа)  | 40                                | 50 баллов теоретический вопрос<br>50 баллов практическое задание  |
| <b>ИТОГО (%):</b> |  | <b>100</b>                        |   |

## Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

| Баллы    | Оценка по нормативной шкале |            |
|----------|-----------------------------|------------|
| 86 - 100 | 5 (отлично)                 | Зачтено    |
| 75 – 85  | 4 (хорошо)                  |            |
| 61 – 74  |                             |            |
| 51 - 60  |                             |            |
| 40 – 50  | 3 (удовлетворительно)       | Не зачтено |
| 17 – 39  | 2 (неудовлетворительно)     |            |
| 1 – 16   |                             |            |
| 0        |                             |            |

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86471.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Основы маркетинга: лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов: Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86143.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Кайдашова А. К. Маркетинг. Практикум / А.К. Кайдашова. - Москва : Флинта, 2018. - 127 с. - ISBN 978-5-9765-3947-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/358802/reading> - Текст: электронный.

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

1. Маркетинг. Практические работы [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Трофимова Л. В. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 21 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2019205](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019205), по паролю.

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

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL:<http://www.gks.ru/>
2. Межведомственный аналитический центр [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iacenter.ru>
3. компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>
4. Справочная правовая система Гарант [Электронный ресурс]. URL: [www.garant.ru](http://www.garant.ru).
5. Федеральная налоговая служба. [Электронный ресурс]. URL: <http://nalog.ru/>
3. РБК. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/>

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

1. Microsoft Windows10 Pro;
2. Office Standard 2016

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

1. Стандартно оборудованный кабинет экономики
2. Проектор с экраном
3. Ноутбук

## 8.6. Иные сведения и (или) материалы

Не предусмотрены

## 9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

#### 9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

| Коды компетенций | Показатели оценивания компетенций  | Наименование оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии        |
|------------------|--|----------------------------------|--|
| ОК 1             | Определяет сущность и социальную значимость профессии, излагает основные профессиональные задачи                                       | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ОК 2             | Формулирует методы и приемы организации маркетинговых инструментов в собственной деятельности, оценивает их эффективность и качество   | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ОК 3             | Ориентируется в различных интерпретациях маркетинговой деятельности предприятия, сводит их в единый комплекс функционирования на рынке | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ОК 4             | Анализирует инструменты маркетинга и применяет их в изменившихся условиях внутренней и внешней среды                                   | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ОК 5             | Применяет информационные ресурсы различных баз данных  | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ОК 6             | Организует структуру маркетинговой службы на предприятии и определяет место и задачи каждого члена коллектива                          | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ОК 8             | Эффективно использует аспекты самомаркетинга в профессиональной деятельности   | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ПК 2.2           | Имеет навык использования методов продвижения страховых продуктов  | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |
| ПК 4.6           | Умеет использовать методы анализа потенциальных потребителей   | Контрольная работа               | Перечень вопросов по дисциплине (25 вопросов) варианты задач (5 задач) |

#### 9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

| Баллы    | Оценка по традиционной шкале | Критерии оценивания сформированности компетенций  |
|----------|------------------------------|---|
|          |                              | Письменная работа   |
| 86 - 100 | 5<br>(отлично)               | Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>                     |
| 75 – 85  | 4<br>(хорошо)                | Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b> |



|         |                            |   |
|---------|----------------------------|---|
| 61 – 74 |                            | Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы.<br><b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>   |
| 51 - 60 | 3<br>(удовлетворительно)   | Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием.<br><b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>                           |
| 40 – 50 |                            | Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы.<br><b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>   |
| 17 – 39 | 2<br>(неудовлетворительно) | Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы.<br><b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b> |
| 1 – 16  |                            | Содержание работы полностью не соответствует заданию.<br><b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>   |
| 0       |                            | Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы.<br><b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>  |

## 9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

### 9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

| № п/п | Формулировка вопросов   |
|-------|---|
| 1.    | Социально-экономическая сущность маркетинга   |
| 2.    | Принципы и функции маркетинга   |
| 3.    | Концепции маркетинга  |
| 4.    | Факторы маркетинговой микро и макросреды предприятия                                      |
| 5.    | Маркетинговая информационная система  |
| 6.    | Этапы и методы маркетинговых исследований   |
| 7.    | Модель поведения покупателей на рынке   |
| 8.    | Сущность и элементы анализа конкурентов   |
| 9.    | Товар в рыночной среде (уровни товара, классификация товаров, рыночная атрибутика товара) |
| 10.   | Этапы жизненного цикла товара   |
| 11.   | Этапы разработки новых товаров  |
| 12.   | Номенклатура и ассортимент товаров, анализ ассортиментной политики                        |
| 13.   | Товарные стратегии  |
| 14.   | Сущность и виды цен   |
| 15.   | Ценовая политика организации и основные подходы к формированию цены товара                |
| 16.   | Ценовые стратегии организации   |
| 17.   | Сущность и виды каналов сбыта   |
| 18.   | Основные функции и виды посредников   |
| 19.   | Стратегии товародвижения  |
| 20.   | Маркетинговые коммуникации: сущность, виды рекламы; рекламная кампания                    |
| 21.   | Маркетинговые коммуникации: сущность, задачи, цели, функции публичных рилейшнз            |
| 22.   | Маркетинговые коммуникации: специфические приемы маркетинговой коммуникации               |
| 23.   | Выбор средств рекламы и ее эффективность  |
| 24.   | Международный маркетинг   |
| 25.   | Области применения маркетинга   |

### Варианты типовых заданий (задач, кейсов) по дисциплине

| № п/п | Условия типовых заданий (задач, кейсов)   | Вариант ответа  |
|-------|---|---|
| 1     | Оцените, какую концепцию маркетинга реализует в своей практике известное вам предприятие. Обоснуйте свой ответ. | Концепция социально-этичного маркетинга                               |
| 2     | Оцените товар и товарную политику известного вам предприятия. Обоснуйте свой ответ.                             | Качество товара, рыночная атрибутика товара, управление ассортиментом |
| 3     | Оцените ценовую политику известного вам предприятия. Обоснуйте свой ответ.                                      | Уровень цен, ценовые стратегии  |

|   |   |  |
|---|---|--|
| 4 | Оцените систему товародвижения известного вам предприятия. Обоснуйте свой ответ.    | Уровень канала товародвижения, варианты затрат                         |
| 5 | Оцените коммуникационную политику известного вам предприятия. Обоснуйте свой ответ. | Реклама, связи с общественностью, личные продажи, стимулирование сбыта |

### 9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

#### 9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче контрольной работы и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 28.06.2022г., протокол № 12)

#### 9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная

#### 9.3.3. Особенности проведения контрольной работы

Промежуточная аттестация - контрольная работа проводится в письменной форме, выполняется аудиторно в течение 2 академических часов.

Обучающимся предоставляются бланки заданий. В задании содержится один теоретический вопрос и практическая задача. На контрольной работе можно пользоваться материалами, полученными на практике. Результаты объявляются после проверки работы.