

Документ Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования  
Информация о владельце «Московский финансово-юридический университет МФЮА»  
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 04.03.2022 19:58:58  
Уникальный программный ключ:  
672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcfdbcc652d927620ac07f8fdabb79  
Рассмотрено и одобрено на заседании  
учебно-методического совета

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор

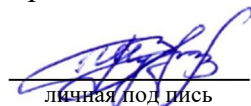
 Е.Г. Калинин

личная подпись      инициалы, фамилия

« 25 » июня 2019 г.

Протокол № 10 от 25.06.2019

Председатель совета



личная подпись

В.В. Шутенко

инициалы, фамилия

канд. экон. наук Краснянская Ольга Владимировна

(уч. звание, степень, Ф И О авторов программы)

## Рабочая программа дисциплины (модуля)

Маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 38.03.01 Экономика

(код , наименование без кавычек)

ОПОП: Финансы и кредит

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 3 (з.е.)

Всего учебных часов: 108 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Зачет	7	8	8

Москва 2019 г.

Год начала под готовки студентов - 2019

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся знания, умения и навыки по основным понятиям и видам маркетинга, принципам и механизмам функционирования маркетинговых систем в организациях.
Задачи дисциплины	<p>Сформировать понятий аппарат и четкое представление о маркетинге как концепции внутрифирменного управления.</p> <p>Сформировать представление о принципах и механизмах управления в маркетинговой деятельности.</p> <p>Сформировать умение анализировать существующие и потенциальные запросы потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя.</p> <p>Сформировать умение сегментирования рынков, выбора целевых сегментов.</p> <p>Приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение товара.</p>

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	<p>Макроэкономическое планирование и прогнозирование</p> <p>Менеджмент</p> <p>Методы оптимальных решений</p> <p>Социология</p> <p>Ценообразование</p>
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	<p>Долгосрочная финансовая политика</p> <p>Управленческий анализ</p>

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.  
Степень сформированности компетенций**

Компетенции/ ЗУВ	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания	ФОС
ПК4 способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты			
Знать	Знать методы построения эконометрических моделей объектов, явлений и процессов	Обучающийся должен знать основы экономических процессов и явлений, особенности построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, способы анализа полученных данных.	Тест
Уметь	Уметь анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне	Обучающийся должен уметь анализировать основы экономических процессов и явлений, особенности построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, способы анализа полученных данных (финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений)	Эссе

Владеть	Владеть современной методикой построения эконометрических моделей	Обучающийся должен владеть методами описания экономических процессов и явлений, построения стандартных теоретических и эконометрических моделей, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты.	Контрольная работа
ПК5 способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений			
Знать	Знать основы построения расчета и анализа современной системы статистических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Обучающийся знает методические подходы к процедурам подготовки и принятия решений организационно-управленческого характера, порядок поведения в нестандартных ситуациях	Тест
Уметь	Уметь анализировать и связывать основные экономические явления и процессы, анализировать и интерпретировать статистическую, бухгалтерскую и финансовую информацию	Обучающийся умеет проводить анализ сильных и слабых сторон решения, взвешивать и анализировать возможности и риски.	Эссе
Владеть	Владеть приемами и методами анализа данных социально-экономических процессов; методологией экономических исследований	Обучающийся владеет навыками разработки организационно-управленческих решений, оценки эффективности принятых решений	Контрольная работа
ПК21 способностью составлять финансовые планы организации, обеспечивать осуществление финансовых взаимоотношений с организациями, органами государственной власти и местного самоуправления			
Знать	Знать основные виды финансовых институтов и финансовых инструментов, основы функционирования финансовых рынков, принципы формирования финансовых планов	Обучающийся знает формы и принципы формирования финансовых планов отечественных коммерческих и некоммерческих организаций, методы составления финансового плана организации, организацию финансовой системы и механизм взаимодействия ее структурных элементов	Тест

Уметь	Уметь искать и собирать финансовую и экономическую информацию для составления финансовых планов организаций	Обучающийся умеет осуществлять поиск и обобщение финансовой информации необходимой для составления финансовых планов организаций, составлять финансовые планы организации, обеспечивать осуществление финансовых взаимоотношений с организациями, органами государственной власти и местного самоуправления	Эссе
Владеть	Владеть методами личного финансового планирования (бюджетирование, оценка будущих доходов и расходов, сравнение условий различных финансовых продуктов, управление рисками, применение инструментов защиты прав потребителя финансовых услуг)	Обучающийся владеет навыками организации финансовых взаимоотношений организаций и органов государственной власти и местного самоуправления в процессе реализации финансовых планов организаций, навыками составления финансовых планов организации, навыками обеспечивать осуществление финансовых взаимоотношений с организациями, органами государственной власти и местного самоуправления	Контрольная работа

#### 4.

### Структура и содержание дисциплины

#### Тематический план дисциплины

№	Название темы	Содержание	Литература	Формируемые компетенции
1.	Основы маркетинга	Понятие, сущность и особенности маркетинга. Основные принципы маркетинговой деятельности. Функции маркетинга. Виды и задачи маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.	8.1.1, 8.1.2, 8.1.3, 8.2.1, 8.2.2	ПК21 Знать
2.	Сегментация рынка	Понятие и содержание сегментации рынка. Критерии сегментации рынка. Методы рыночной сегментации.	8.1.3, 8.2.3, 8.2.4, 8.1.2	ПК21 Знать ПК4 Уметь ПК4 Владеть
3.	Товарная политика в маркетинге	Понятие товара и его роль в комплексе маркетинга. Жизненный цикл товара. Разработка нового товара. Товарный ассортимент.	8.1.1, 8.1.3, 8.2.3, 8.2.5, 8.1.2	ПК4 Знать ПК21 Уметь ПК21 Владеть
4.	Формирование бренда в маркетинговой деятельности	Инновации с точки зрения маркетинга. Товар, торговая марка и бренд. Потребительский инсайт и создание успешного бренда.	8.1.2, 8.2.6, 8.2.7, 8.1.3, 8.1.1	ПК4 Знать
5.	Ценообразование в маркетинге	Функции цены и подходы к ценообразованию. Скидки как элемент ценовой политики. Стратегии ценообразования.	8.1.1, 8.2.3, 8.2.2, 8.1.3, 8.1.2	ПК21 Знать ПК5 Уметь ПК5 Владеть

6.	Сбытовая политика	Каналы товародвижения. Стратегии распределения товара.	8.1.1, 8.2.6, 8.2.5, 8.1.2, 8.1.3	ПК5 Знать
7.	Поведение потребителей	Современная теория потребителей. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на потребительское поведение. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о покупке.	8.1.2, 8.1.3, 8.2.8, 8.2.3, 8.1.1	ПК5 Знать
8.	Маркетинговые коммуникации	Система маркетинговых коммуникаций в организации. Виды маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций.	8.1.2, 8.2.9, 8.2.10, 8.1.3, 8.1.1	ПК4 Знать
9.	Информационный инструмент маркетинга	Роль и место информационной работы в маркетинговой деятельности. Источники информации. Способы обработки и представления результатов информационной исследовательской работы.	8.1.3,  8.1.1, 8.1.2	ПК5 Знать
10.	Стратегический маркетинг	Маркетинг-микс. Сущность стратегического маркетинга. Содержание стратегической маркетинговой деятельности. Критерии классификации, генезис и виды стратегий. Последовательность этапов формирования стратегий.	8.1.1,  8.1.3, 8.1.2	ПК4 Знать
11.	Интернет-маркетинг	Возможности, сущность и задачи маркетинга в компьютерных сетях. Реклама в Интернете. Традиции поведения пользователей Интернета. Методы Интернет-маркетинга. Оценка и способы повышения.	8.1.3,  8.2.1, 8.1.2, 8.1.1	ПК21 Знать
12.	Окружающая маркетинговая среда	Характеристики окружающей маркетинговой среды. Основные факторы микро- и макросреды функционирования организации. Оценка конъюнктуры и определение емкости рынка.	8.1.2, 8.2.3, 8.2.6, 8.1.1, 8.1.3	ПК5 Знать

## Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

№	Контактная работа			Аудиторные учебные занятия									Самостоятельная работа		
				занятия лекционного типа			лабораторные работы			практические занятия					
	очная	очно-заочная	заочная	очная	очно-заочная	заочная	очная	очно-заочная	заочная	очная	очно-заочная	заочная	очная	очно-заочная	заочная
1.	3.5	2	1	1	1	0.5	0	0	0	2.5	1	0.5	4	5	8
2.	3.5	2	1	1	1	0.5	0	0	0	2.5	1	0.5	4	5	7
3.	3.5	2	1	1	1	0.5	0	0	0	2.5	1	0.5	4	5	7
4.	3.5	2	1	1	1	0.5	0	0	0	2.5	1	0.5	4	6	7
5.	5	2	1	2	1	0.5	0	0	0	3	1	0.5	4	6	7
6.	4	2	1	1	1	0.5	0	0	0	3	1	0.5	4	5	7
7.	4	3	1	1	2	0.5	0	0	0	3	1	0.5	4	6	7
8.	5	4	1	2	2	0.5	0	0	0	3	2	0.5	4	6	8
9.	5	3	1	2	2	0.5	0	0	0	3	1	0.5	4	6	8
10.	5	4	1	2	2	0.5	0	0	0	3	2	0.5	5	6	8
11.	5	4	1	2	2	0.5	0	0	0	3	2	0.5	4	6	8
12.	5	4	1	2	2	0.5	0	0	0	3	2	0.5	5	6	8
	Промежуточная аттестация														
	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	4
<b>Итого</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>54</b>	<b>72</b>	<b>94</b>

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

#### Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками.

Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

#### Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой:

энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

#### Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

#### Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

### **6. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины**

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств: формирование критериев оценивания компетенций;

- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств программы практики - защита отчета по практике в форме собеседования;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

#### **Тест для формирования «Знать» компетенции ПК4**

Вопрос №1. Кто сформировал концепцию жизненного цикла товара в 1965г.?

*Варианты ответов:*

1. Т. Левит
2. Г. Летгау
3. Ф. Котлер
4. Т. Джефферсон

Вопрос №2. Как называется набор товаров, которые формирует производитель/продавец по заданным признакам с целью удовлетворения запросов целевых сегментов?

*Варианты ответов:*

1. товар
2. торговая марка
3. товарный ассортимент
4. товарная марка

Вопрос №3. Что такое товар?

*Варианты ответов:*

1. все то, что способно удовлетворить потребности потребителей
2. все, что предназначено для удовлетворения определенной потребности и предлагаемое на рынке

для продажи

3. материальные объекты, услуги, которые характеризуются совокупностью свойств, способных удовлетворить желания потенциальных покупателей
4. все утверждения верны

Вопрос №4. Что такое маркетинговая товарная политика?

*Варианты ответов:*

1. составляющая хозяйственной деятельности предприятия
2. определенный курс действий, принципы поведения предприятия на товарном рынке
3. совокупность средств воздействия на потребителя с помощью товара
4. систему действий предприятия для определения товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами, широкой возможности их выбора

Вопрос №5. Что предполагает горизонтальная интеграция?

*Варианты ответов:*

1. проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямого производственного связи или функциональной зависимости от основной их деятельности
2. процесс приобретения или включения в структуру предприятия новых производств, которые технологически входят в процесс производства
3. выпуск предприятием новых товаров, технологически связанные с существующими, но предназначены для существующих потребителей предприятия
4. принятия предприятием решения о вхождении области, которые не имеют ничего общего с его основной деятельностью, а потому нет никакой взаимосвязи между традиционной и новой продукцией

Вопрос №6.

Какая характеристика бренда не всегда связана с качеством товара?

*Варианты ответов:*

1. приверженность бренду
2. ожидаемое качество
3. степень осведомленности покупателей о бренде
4. имидж бренда

Вопрос №7. Какая концепция лежит в основе бренда?

*Варианты ответов:*

1. концепция позиционирования
2. концепция маркетинга
3. концепция сбыта

Вопрос №8. Что является основным в определении сути маркетинга?

*Варианты ответов:*

1. сбыт товаров
2. снижение издержек производства
3. установление цен на товары
4. удовлетворения потребностей потребителей

Вопрос №9. Какая из перечисленных ориентаций коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга?

*Варианты ответов:*

1. товарная ориентация
2. производственная ориентация
3. сбытовая ориентация
4. ориентация на потребителя, общество в целом

Вопрос №10.

Что относится к объектам маркетинга?



*Варианты ответов:*

1. товары
2. услуги
3. фирмы
4. все вышеперечисленные ответы

Вопрос №11.

Кто является основателем интегрированных маркетинговых коммуникаций?

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. С. Тонненбаум
2. Д. Кейнс
3. Д. Шульц
4. Р. Гиффен

Вопрос №12.

Коммуникация в узком (социально-психологическом) смысле – это обмен

*Варианты ответов:*

1. информацией
2. впечатлениями
3. действиями
4. информацией, действиями, впечатлениями

Вопрос №13.

Что такое система маркетинговых коммуникаций?

*Варианты ответов:*

1. платное, одностороннее, неличное, опосредованное обращение, пропагандирующее товар и готовящее потенциального потребителя к покупке
2. проведение комплексных рекламных мероприятий, связанных в определенной последовательности, способствующих повышению интереса к товару и имеющих целью прочное внедрение товара на рынок
3. целенаправленное и комплексное воздействие на внешнюю и внутреннюю среду фирмы, прямо или косвенно способствующее достижению основной ее цели: получение прибыли

Вопрос №14.

Какую рекламу относят к недобросовестной?

*Варианты ответов:*

1. агрессивную, косвенную, неоднородную, превентивную
2. недостоверную, неэтичную, заведомо ложную, скрытую
3. подсознательную, неосознанную, общественно-опасную, агрессивную

Вопрос №15.

Что относится к основным формам коммуникаций в маркетинге?

*Варианты ответов:*

1. реклама, «public relations», стимулирование продаж, персональная продажа, участие в выставках и ярмарках, телемаркетинг, интерактивный маркетинг
2. периодическая печать, рекламно-коммерческая литература, телевидение, радио, кино, наружная реклама, оформление и упаковка товара
3. пропаганда, спонсорство, создание фирменного стиля, товарная, фирменная, косвенная

Вопрос №16.

Какая модель определяет стратегию, которая формируется в уме лидера-предпринимателя чаще всего интуитивно, на базе его персонального видения ситуации, тенденций ее развития?

*Варианты ответов:*

1. плановая
2. предпринимательская
3. обучение на опыте

Вопрос №17.

Какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы?

*Варианты ответов:*

1. недифференцированный маркетинг
2. дифференцированный маркетинг
3. массовый маркетинг
4. концентрированный маркетинг

Вопрос №18.

Какую стратегию охвата рынка обычно используют парикмахерские и салоны красоты?

*Варианты ответов:*

1. концентрированный маркетинг
2. недифференцированный маркетинг
3. массовый маркетинг
4. дифференцированный маркетинг

Вопрос №19.

Как в матрице БКГ определяются бизнес-области, конкурирующие в растущих отраслях, но занимающие относительно небольшую долю рынка?

*Тип ответа:* Для классики (без ответов)

Вопрос №20.

Что такое стратегическое планирование в маркетинге?

*Варианты ответов:*

1. средство решения повседневных задач маркетинга
2. метод принятия решений в маркетинговой деятельности
3. процесс определения этапов деятельности маркетинговой целенаправленности
4. метод исследования рыночной конъюнктуры

### **Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

### **Эссе для формирования «Уметь» компетенции ПК4**

Ролевые группы товаров

### **Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части

Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

#### **Эссе для формирования «Уметь» компетенции ПК4**

План маркетинговых коммуникаций

#### **Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части
Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

#### **Контрольная работа для формирования «Владеть» компетенции ПК4**

1. Инновации с точки зрения маркетинга.

2. Проведите сравнительный анализ терминов «торговая марка» и «торговый знак» в трактовке отечественных и зарубежных авторов.
3. Опешите модель «колесо бренда». Приведите примеры.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

### Контрольная работа для формирования «Владеть» компетенции ПК4

1. Сущность стратегического маркетинга.
2. Маркетинговую стратегию нужно изменять:
  - А) в зависимости от прогнозов изменения рыночной ситуации;
  - Б) в соответствии с изменениями конъюнктуры спроса на товары; В) с учетом интересов возможных новых партнеров фирмы;
  - Г) если этого требуют конкретные потребители.
3. Напишите эссе на тему «Стратегия роста организации».

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

## Тест для формирования «Знать» компетенции ПК5

Вопрос №1.

Как называется сбыт, который осуществляется через независимых посредников?

*Варианты ответов:*

1. прямой сбыт
2. косвенный сбыт
3. сложный сбыт
4. торги

Вопрос №2.

Как называется система договорных отношений между крупной и мелкой фирмой?

*Варианты ответов:*

1. франчайзинг
2. лизинг
3. директ-маркетинг

Вопрос №3.

Что не входит в маркетинговую деятельность по элементу комплекса маркетинга «сбыт»?

*Варианты ответов:*

1. выбор каналов сбыта
2. план рекламной кампании
3. разработка дилерских скидок
4. оптимизация схем товародвижения

Вопрос №4.

В практике маркетинга используют следующие средства стимулирования сбыта

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. конкурсы, лотереи
2. объявления на транспорте, в печати
3. экспозиции и демонстрации товара в местах продажи
4. радиопередачи, реклама на телевидении

Вопрос №5.

Когда в практике маркетинга применяется сбытовая концепция?

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. имеется достаточно большое число потенциальных покупателей
2. имеются незагруженные производственные мощности
3. усилия концентрируются на исследованиях рынка
4. фирма сосредотачивает усилия на стимулировании сбыта

Вопрос №6.

Как называется удовлетворение, получаемое потребителем от последней единицы потребляемого блага?

*Варианты ответов:*

1. полезность
2. совокупная полезность
3. предельная полезность

Вопрос №7.

Для какого подхода характерно, что все население делится на 12-летние когорты, сформированные под влиянием важных политических, экономических и культурно-исторических событий?

*Варианты ответов:*

1. содержательный подход
2. классический подход

3. Вопрос №8.

Какой потребительский мотив обусловлен преимущественно дизайном и другими аспектами внешнего вида товара?

*Варианты ответов:*

1. утилитарный
2. мотив престижа
3. эстетический
4. мотив традиции

Вопрос №9.

Как называется тип потребителей, которые тщательно выбирают появившуюся новинку?

*Варианты ответов:*

1. новаторы
2. избирательный
3. независимый
4. безразличный

Вопрос №10.

Как называется совокупность психологических характеристик человека?

*Варианты ответов:*

1. образ жизни
2. запрос
3. тип личности
4. потребитель

Вопрос №11.

Для какого типа маркетинговой информации характерно, что он основан на экстраполяции тенденций, аналогиях или на здравом смысле?

*Варианты ответов:*

1. факты
2. оценки
3. прогнозы
4. слухи

Вопрос №12.

Что относится к внешним коммерческим источникам информации?

*Варианты ответов:*

1. сведения о кредитах
2. издания государственных учреждений
3. компьютерные базы данных
4. маркетинговые исследовательские организации

Вопрос №13.

Какая информация помогает предприятию получать конкурентные преимущества и координировать реализацию стратегии?

*Варианты ответов:*

1. статистическая
2. коммерческая
3. эконопическая
4. маркетинговая

Вопрос №14.

Что такое получение информации в соответствии с поставленными целями?

*Варианты ответов:*

1. релевантность
2. целенаправленность
3. точность
4. полезность

Вопрос №15.

Маркетинговая информация -это

*Варианты ответов:*

1. цифры, факты, сведения и пр. данные, необходимые для анализа и прогнозирования маркетинговой деятельности
2. отражение многообразия динамичных параметров рынка
3. продукт двух разновидностей труда: научно-информационной и коммерческой деятельности
4. все ответы верны

Вопрос №16.

Элементы макросреды маркетинга

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. налоговая система
2. политический режим
3. экономическая ситуация
4. партнёры по бизнесу
5. конкуренция
6. посредники

Вопрос №17.

Элементы микросреды маркетинга

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. партнёры по бизнесу
2. налоговая система
3. клиенты
4. политический режим
5. посредники
6. экономическая ситуация

Вопрос №18.

Метод, с помощью которого выделяются различные виды деятельности, которыми занимается компания, называется

*Варианты ответов:*

1. анализ бизнес-портфеля
2. SWOT-анализ
3. маркетинговый аудит
4. бухгалтерский учёт

Вопрос №19.

Анализ бизнес-портфеля необходим для

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. определения направлений и размеров инвестиций

2. разработки стратегии роста
3. репозиционирования марки
4. разработки стратегии продвижения

Вопрос №20.

Метод компании Boston Consulting Group (матрица рост/доля рынка) используется для планирования

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. бизнес-портфеля
2. жизненного цикла видов деятельности
3. привлекательности отрасли
4. бюджета организации

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

### Эссе для формирования «Уметь» компетенции ПК5

Стимулирование сбыта

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части
Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части



## Эссе для формирования «Уметь» компетенции ПК5

Специфика, ценообразования информационных товаров и услуг

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части
Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

### Контрольная работа для формирования «Владеть» компетенции ПК5

1. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о покупке.
2. Охарактеризуйте таких потребителей, как новаторы, адепты и скептики. Приведите примеры.
3. Проведите сравнительный анализ модели VALS и модели пяти глобальных жизненных стилей.

Приведите примеры.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя

Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач
---------	---

### Контрольная работа для формирования «Владеть» компетенции ПК5

1. Характеристики окружающей маркетинговой среды.
2. Охарактеризуйте факторы макросреды организации. Приведите примеры.
3. Опешите комплексный подход изучения конъюнктуры рынка. Приведите примеры.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

### Тест для формирования «Знать» компетенции ПК21

Вопрос №1.

Концепцией маркетинга является концепция

*Варианты ответов:*

1. государственного регулирования
2. социально-этического маркетинга
3. борьбы с гиперинфляцией
4. борьбы с коррупцией

Вопрос №2.

Главным в концепции социально-этического маркетинга является

*Варианты ответов:*

1. обеспечение повышения материального благосостояния людей
2. учет интересов производителя, потребителя и общества в целом
3. обеспечение наилучших финансовых результатов организации
4. обеспечение наиболее полного охвата целевого рынка

Вопрос №3.

Сущность понятия «концепция маркетинга» отражается в следующих утверждениях

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. план работы организации по сбыту товара
2. интегрированная целевая философия маркетинговой деятельности
3. система основных идей маркетинга, общий замысел

4. совокупность методов воздействия на потребителей

Вопрос №4.

В наименьшей степени является лозунгом маркетинга

*Варианты ответов:*

1. заставить клиента купить товар, не откладывая
2. любите клиента, а не товар
3. отыщите потребность и удовлетворите ее

Вопрос №5.

Основоположителем маркетинга является

*Варианты ответов:*

1. Альфред Ньюман
2. Клейтон Кристенсен
3. Филип Котлер

Вопрос №6.

Позиционирование товара –это

*Варианты ответов:*

1. определение основных потребительских свойств товара и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места товара на рынке
2. анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара
3. определение потенциальных потребителей товара
4. все ответы верны

Вопрос №7.

Критерии оценки сегментов необходимы для

*Варианты ответов:*

1. определения емкости рынка
2. обоснования целевого рынка
3. формирования предложения для сегмента
4. правильного ответа нет

Вопрос №8.

Рынок товаров потребительского назначения состоит из

*Варианты ответов:*

1. компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации
2. покупателей, приобретающих товары для личного пользования
3. людей, приобретающих товары для личного пользования
4. фирм-производителей товаров потребительского назначения

Вопрос №9.

Товары повседневного спроса характеризуются

*Варианты ответов:*

1. распространением через сеть специальных магазинов
2. приобретением на большую сумму денег
3. отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов
4. все ответы верны

Вопрос №10.

При проведении сегментирования выделяют рынки

*Тип ответа:* Многие из многих

*Варианты ответов:*

1. неизвестные

2. параллельные
3. смежные
4. отдельные

Вопрос №11.

Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара

*Варианты ответов:*

1. в порту назначения
2. в порту отправления
3. первому перевозчику в поименованном пункте
4. экспедитору в поименованном пункте

Вопрос №12.

Более высокую цену можно установить, если спрос

*Варианты ответов:*

1. единичной эластичности
2. неэластичный
3. сезонный
4. эластичный

Вопрос №13.

В группу условий совершенной конкуренции входит условие

*Варианты ответов:*

1. имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара
2. информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна
3. отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли
4. товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя

Вопрос №14.

В какую сторону цена может отклоняться от стоимости

*Варианты ответов:*

1. цена всегда выше стоимости
2. цена всегда равна стоимости
3. цена может быть выше или ниже стоимости
4. цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

Вопрос №15.

В России стратегия монополистического ценообразования

*Варианты ответов:*

1. законом не запрещена
2. запрещена законом
3. запрещена этикой рынка
4. разрешается

Вопрос №16.

Интернет считается

*Варианты ответов:*

1. Источником первичной информации
2. Источником вторичной информации
3. Не считается источником информации из-за низкой достоверности

Вопрос №17.

Используя Интернет, фирма

*Варианты ответов:*

1. Совершенствует свою товарную политику
2. Проводит маркетинговые исследования
3. Совершенствует ценовую политику
4. Всё вышеперечисленное

Вопрос №18.

Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ

*Варианты ответов:*

1. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
2. Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы
3. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте

Вопрос №19.

Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта

*Варианты ответов:*

1. Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
2. Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией
3. Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
4. Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование

Вопрос №20.

Что такое поисковая оптимизация сайта?

*Варианты ответов:*

1. это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину
2. это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google
3. это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт
4. это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

### **Критерии оценки выполнения задания**

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

## Эссе для формирования «Уметь» компетенции ПК21

Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части
Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

## Эссе для формирования «Уметь» компетенции ПК21

Оценка и способы повышения Интернет-маркетинга

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Тема эссе нераскрыта, отсутствует связь между частями работы; выводы не вытекают из основной части
Удовлетворительно	Тема раскрывается не полностью, допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; выводы не полностью соответствуют содержанию основной части
Хорошо	Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее; обнаруживаются хорошие знания материала и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения; логическое и последовательное изложение текста работы; написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию; имеются единичные фактические неточности, незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части

Отлично	Содержание работы полностью соответствует теме; глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения; стройное, логическое и последовательное изложение мыслей; написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
---------	---

### Контрольная работа для формирования «Владеть» компетенции ПК21

1. Оценка и способы повышения Интернет-маркетинга.
2. Опишите методы продвижения и продажи. Приведите примеры.
3. Охарактеризуйте такие виды интернет-рекламы, как почтовые рассылки и гиперссылки.

Приведите примеры.

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения
Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

### Контрольная работа для формирования «Владеть» компетенции ПК21

1. Виды и задачи маркетинга.
2. Опишите основные вехи жизни и научные труды Ф. Котлера и М.Портера.
3. Напишите эссе на тему «Маркетинг как основа современного предпринимательства».

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
Удовлетворительно	Обучающийся показывает фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильно формулирует базовые понятия, допускает ошибки в решении практических задач, при этом владеет основными понятиями тем, выносимых на контрольную работу, необходимыми для дальнейшего обучения

Хорошо	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя
Отлично	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач

### **Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

#### *Тема 1. Основы маркетинга*

1. Какие виды маркетинга выделяют в зависимости от характера спроса?
2. Перечислите общие функции маркетинга.
3. Какие выделяют этапы современного маркетинга?

#### *Тема 2. Сегментация рынка*

4. В чем заключается особенность психографического критерия сегментации рынка товаров?
5. Что такое «рыночное окно»?
6. В чем заключается сущность и какие маркетинговые методы применяют на этапе разработки плана?

#### *Тема 3. Товарная политика в маркетинге*

7. Почему в настоящее время производство многих товаров сопровождается оказанием услуг?
8. Что такое товарный портфель организации?
9. Какая взаимосвязь между понятиями торговая марка и торговый знак?

#### *Тема 4. Формирование бренда в маркетинговой деятельности*

10. Назовите основные категории инноваторов и охарактеризуйте их.
11. Какие существуют приемы создания новых товаров?
12. Что такое бренд?

#### *Тема 5. Ценообразование в маркетинге*

13. Охарактеризуйте основные виды ценовых стратегий.
14. Какие задачи организация решает за счет цены?
15. Какую ценовую стратегию применяют при быстрых изменениях спроса?

#### *Тема 6. Сбытовая политика*

16. Назовите формы интеграции вертикально интегрированной маркетинговой системы?
17. Какая взаимосвязь между эксклюзивным, селективным и интенсивным распределением?
18. Какой путь распределения выбирают организации, работающие на ограниченной территории?

#### *Тема 7. Поведение потребителей*

19. Какие группы факторов оказывают наибольшее влияние на покупательское поведение?
20. В чем заключается сущность модели VALS?
21. Что такое приверженность?

#### *Тема 8. Маркетинговые коммуникации*

22. Есть ли различия в целях PR коммерческой организации и политических структур?
23. Чем отличается стимулирование сбыта от других средств маркетинговых коммуникаций?
24. В чем заключается сущность процесса коммуникации организации с потребителем?

#### *Тема 9. Информационный инструмент маркетинга*

25. Назовите источники вторичных данных по содержанию.
26. Какие требования предъявляются к содержанию отчета о проведенном маркетинговом исследовании?

27. Что такое «анкета»?

#### *Тема 10. Стратегический маркетинг*

28. Что такое стратегический маркетинг?
29. Какой подход предложил Г. Леттау к формированию маркетинговой стратегии?
30. Назовите аспекты анализа потенциальных возможностей и угроз?

#### *Тема 11. Интернет-маркетинг*

31. Что представляет собой постоянная аудитория?
32. В чем заключается сущность электронной коммерции?
33. Что такое спрашиваемость?

#### *Тема 12. Окружающая маркетинговая среда*



34. По каким основным направлениям осуществляется изучение рынка?  
 35. Что такое конъюнктура рынка?  
 36. Какие из факторов окружающей среды можно отнести к контролируемым со стороны организации?

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/Незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

### 7. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное программно-информационное обеспечение	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Microsoft Windows</li> <li>2. Microsoft Office</li> <li>3. Google Chrome</li> <li>4. Kaspersky Endpoint Security</li> <li>5. «Антиплагиат.ВУЗ»</li> </ol>
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Консультант+</li> <li>2. <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)</li> <li>2. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)</li> <li>4. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)</li> </ol>

Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a> - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"</li> <li>2. <a href="https://openedu.ru">https://openedu.ru</a> - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа)</li> <li>3. <a href="http://smartandmarketing.com">http://smartandmarketing.com</a></li> <li>4. <a href="http://www.market.ru">http://www.market.ru</a></li> <li>5. <a href="http://www.mavriz.ru">http://www.mavriz.ru</a></li> <li>6. <a href="http://www.mmr.ru">http://www.mmr.ru</a></li> </ol>
Материально-техническое обеспечение	<p><b>Лекции:</b></p> <p>3.2 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 50 посадочных места, Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели,</li> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul> <p>Список ПО на ноутбуках: Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year), Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020) Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)</p> <p><b>Практические занятия (Семинары):</b></p> <p>2.4 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 32 посадочных мест, Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели,</li> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютеры,</li> <li>- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МФЮА</li> </ul> <p>Список ПО на ноутбуках: Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year), Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020). Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об информационной поддержке от 27 декабря 2013 года) Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)</p> <p><b>Групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль:</b></p> <p>2.6 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 26 посадочных мест, Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели,</li> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютеры,</li> </ul>

	<p>- класс ПК, объединённых в локальную сеть, с выходом на эл.портал МФЮА</p> <p>Список ПО на ноутбуках:</p> <p>Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),</p> <p>Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),</p> <p>Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),</p> <p>Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020).</p> <p>Информационно-справочная система «Консультант – плюс» (Договор об информационной поддержке от 27 декабря 2013 года)</p> <p>Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)</p> <p><b>Промежуточная аттестация:</b></p> <p>3.2 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>50 посадочных места,</p> <p>Аудитория оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели,</li> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul> <p>Список ПО на ноутбуках:</p> <p>Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),</p> <p>Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),</p> <p>Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),</p> <p>Kaspersky Endpoint Security(стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018 до 21-11-2020)</p> <p>Браузер Спутник (Свободно распространяемое ПО)</p>
--	--

## 8. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>8.1 Основная литература</b>								
8.1.1	Делятицкая А.В. Косова А.В.	Маркетинг	Российский государственный университет правосудия	2016	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/65864.html">http://www.iprbookshop.ru/65864.html</a>	по логину и паролю
8.1.2	Елкина О.С. Синявец Т.Д. Катунина Н.В. Веретено А.А. и др.	Управление маркетингом на пред приятии	Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского	2016	учебно-методическое пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/59667.html">http://www.iprbookshop.ru/59667.html</a>	по логину и паролю
8.1.3	Кметь Е.Б. Ким А.Г.	Управление маркетингом	Вузовское образование	2016	учебник	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/43373.html">http://www.iprbookshop.ru/43373.html</a>	по логину и паролю
<b>8.2 Дополнительная литература</b>								
8.2.1	Пичурин И.И. Обухов О.В. Эриашвили Н.Д.	Основы маркетинга. Теория и практика	ЮНИТИ-Д АНА	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71036.html">http://www.iprbookshop.ru/71036.html</a>	по логину и паролю

8.2.2	Эриашвили Н.Д. Коротков А.В. Синяева И.М. Болдырева Т.В. и др.	Управление маркетингом	ЮНИТИ-Д АНА	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71205.html">http://www.iprbookshop.ru/71205.html</a>	по логину и паролю
8.2.3	Шабашова Л.А.	Маркетинг промышленного предприятия	Университет экономики и управления	2016	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/54707.html">http://www.iprbookshop.ru/54707.html</a>	по логину и паролю
8.2.4	Мансуров Р.Е.	Технологии маркетинга	Инфра-Инженерия	2017	практикум	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/69015.html">http://www.iprbookshop.ru/69015.html</a>	по логину и паролю
8.2.5	Лужнова Н.В.	Маркетинговые коммуникации	Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2016	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71285.html">http://www.iprbookshop.ru/71285.html</a>	по логину и паролю
8.2.6	Соколова Н.Г. Титова О.В. Грузд ева Т.В.	Основы маркетинговых исследований. Практикум	Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова	2017	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/73869.html">http://www.iprbookshop.ru/73869.html</a>	по логину и паролю
8.2.7	Мазилкина Е.И.	Маркетинговые коммуникации	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2016	учебное пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57161.html">http://www.iprbookshop.ru/57161.html</a>	по логину и паролю
8.2.8	Кметь Е.Б.	Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление	Ай Пи Эр Медиа	2016	учебник	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/54491.html">http://www.iprbookshop.ru/54491.html</a>	по логину и паролю
8.2.9	Романцов А.Н.	Event-маркетинг. Сущность и особенности организации (2-е издание)	Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2017	практическое пособие	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/57071.html">http://www.iprbookshop.ru/57071.html</a>	по логину и паролю
8.2.10	Лужнова Н.В. Калиева О.М.	Стратегическое маркетинговое управление	Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ	2017	учебник	-	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71330.html">http://www.iprbookshop.ru/71330.html</a>	по логину и паролю

## **9. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных

помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;
- педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.