

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ледович Татьяна Сергеевна  
Должность: ректор  
Дата подписания: 06.03.2023 12:37:33  
Уникальный программный ключ:  
5bc44901145211916b116a11dce228615ab

**ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ  
НАРОДОВ КAVKAZA**  
1996

**ИНСТИТУТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ КAVKAZA**  
частное образовательное учреждение  
высшего образования

355008 г. Ставрополь, пр-т. Карла Маркса, 7  
+7 (8652) 28-25-00  
+7 (8652) 28-03-46  
idnk@mail.ru | www.idnk.ru



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.01.01 МЕНЕДЖМЕНТ МАРКЕТИНГА**

Направление подготовки: 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль) программы: Менеджмент организации

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная, очно – заочная, заочная

Год начала подготовки – 2022

Ставрополь, 2022

При разработке рабочей программы дисциплины использованы следующие нормативные правовые документы:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970.

2. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры утвержденный приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245.

3. Локальные акты ИДНК.

Разработана программа: доцентом кафедры экономики и управления Ланг В.В.

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры экономики и управления «26» апреля 2022 г. Протокол № 8

Рабочая программа актуализируется (обновляется) ежегодно, в том числе в части программного обеспечения, материально-технического обеспечения, литературы.

**Рецензенты:**

Криворотова Н.Ф. канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления ЧОУ ВО «ИДНК»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП.....	4
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	4
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ.....	5
5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
5.1. Содержание дисциплины.....	6
5.2. Структура дисциплины.....	8
5.3. Самостоятельная работа.....	15
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	16
7. ФОНДОВЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	17
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	17
8.1. Основная литература.....	17
8.2.Дополнительная литература .....	18
8.3 Интернет-ресурсы.....	19
8.4.Методические указания по изучению дисциплины.....	20
9.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	30
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	32
Приложение к рабочей программе дисциплины.....	34

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями учебной дисциплины «Менеджмент маркетинга» является формирование у обучающихся профессиональной компетенции ПК-9: способен осуществлять тактическое управление (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне и изучение системы организации, планирования, управления производством и реализацией товаров для наиболее полного удовлетворения потребностей населения, обучения специалистов правилам исследования рынка и активной экономической деятельности на нем, разработки конъюнктуры рынка, гибкого приспособления к изменениям рыночной среды, принятию обоснованных коммерческих решений.

### Задачи:

- последовательное познание и обретение навыков построения и оптимизации маркетинговых стратегий;
- практической организации маркетинга;
- осуществления его функций в сферах товарной политики, ценообразования, коммуникаций, сбыта;
- выявление особенностей маркетинга в конкретных областях деятельности: коммерческой работе, деятельности некоммерческих организаций, в отдельных отраслях экономики;
- формирование нового экономического мышления.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Менеджмент маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Дисциплины (модули) Блок 1(Б1.В.ДВ.01.01), я в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Б1.В.05 Коммуникационный менеджмент	Б1.В.06 Инвестиционный менеджмент
Б1.О.22 Информационные технологии в менеджменте	Б1.В.08 Банковский менеджмент
	Б1.О.16 Маркетинг

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-9 Способен осуществлять тактическое управление (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на	ПК-9.4 Формулирует теоретические основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности	<b>Знает:</b> основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности <b>Умеет:</b> применять основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности

региональном уровне		<b>Владеет:</b> основами тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности
	ПК-9.5 Определяет особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне	<b>Знает:</b> особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне <b>Умеет:</b> определять особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне <b>Владеет:</b> методикой разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

##### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		5
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>36,2</b>	<b>36,2</b>
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	18	18
из них		
– лекции		
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	18	18
из них		
– практические занятия (ПР)	18	18
в том числе		
- практическая подготовка	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>35,8</b>	<b>35,8</b>
в том числе:		

Реферат	4	4
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	31,8	31,8
<b>Подготовка к аттестации (контроль)</b>	-	-
<b>Общий объем, час</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачёт</b>	<b>Зачёт</b>

#### Очно – заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>24,2</b>	<b>24,2</b>
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	12	12
из них		
– лекции	12	12
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	12	12
из них		
– практические занятия (ПР)	12	12
в том числе		
- практическая подготовка	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>47,8</b>	<b>47,8</b>
в том числе:		
Реферат	4	4
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	43,8	43,8
<b>Подготовка к аттестации (контроль)</b>	-	-
<b>Общий объем, час</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачёт</b>	<b>Зачёт</b>

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		3
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>8,2</b>	<b>8,2</b>
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них		
– лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	4	4
из них		
– практические занятия (ПР)	4	4
в том числе		

- практическая подготовка	1	1
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>59,8</b>	<b>59,8</b>
в том числе:		
Реферат	4	4
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	55,8	55,8
<b>Подготовка к аттестации (контроль)</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Общий объем, час</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачёт</b>	<b>Зачёт</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
ОФО -5 семестр, ОЗФО –6 семестр, ЗФО – 3 курс		
Тема 1.	Теоретические основы и принципы управления маркетингом	Маркетинг как интегрирующая функция управления организацией. Концепция продукта в управлении маркетингом. Стратегия поведения фирмы на рынке
Тема 2.	Принципы управления маркетингом	Ценностно-ориентированные принципы управления маркетингом. Концептуально-регулирующие принципы. Принципы тактического анализа и проектирования
Тема 3.	Формирование структур управления маркетингом	Формы организаций в структуре управления товарного рынка. Подходы к управлению организацией. Классификация концепций и подходов в менеджменте
Тема 4.	Типизация фирм малого бизнеса	Основные типы фирм малого бизнеса: венчурные, традиционалисты, сателлиты и мини-монополисты. Характеристика среднего и крупного бизнеса. Структура управления маркетингом: достоинства и недостатки.
Тема 5.	Технология процесса управления маркетингом	Принятие решений в управлении маркетингом. Методы стратегического анализа в управлении маркетингом. Классификация основных методов получения информации в маркетинге. Принятие решений в управлении маркетингом
Тема 6.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	Содержание и структура стратегического управления фирмой. Миссия и цели фирмы. Стратегическая цель предпринимательской деятельности. Общая схема планирования
Тема 7.	Оценка и анализ внутреннего потенциала фирмы	Выявление сильных и слабых сторон фирмы. Финансовый анализ фирмы. Основные источники для проведения анализа. Основные показатели оценки маркетинговой деятельности. Организационная культура фирмы: особенности и структура и типы организационных культур

Тема 8.	Анализ внутренней среды фирмы	Анализ внутренней среды организации и факторы воздействия на деятельность организации. Факторы прямого воздействия. Оценка сильных и слабых сторон деятельности организации.
Тема 9.	Анализ внешней среды фирмы	Анализ внешней среды прямого воздействия. Анализ внешней среды косвенного воздействия. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов. Анализ конкурентных преимуществ фирмы

## 5.2. Структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		ЛК	ПР	ПП	СР	Всего
5 семестр						
Тема 1.	Теоретические основы и принципы управления маркетингом	2	2	-	4	8
Тема 2.	Принципы управления маркетингом	2	2	-	4	8
Тема 3.	Формирование структур управления маркетингом	2	2	-	4	8
Тема 4.	Типизация фирм малого бизнеса	2	2	-	4	8
Тема 5.	Технология процесса управления маркетингом	2	2	-	4	8
Тема 6.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	2	2	-	4	8
Тема 7.	Оценка и анализ внутреннего потенциала фирмы	2	2	-	4	8
Тема 8.	Анализ внутренней среды фирмы	2	2	-	4	8
Тема 9.	Анализ внешней среды фирмы	2	2	-	3,8	7,8
<b>Промежуточная аттестация</b>						<b>0,2</b>
<b>Зачет</b>						
<b>Общий объем</b>		<b>18</b>	<b>18</b>	<b>-</b>	<b>35,8</b>	<b>72</b>

### Очно-заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		ЛК	ПР	ПП	СР	Всего
6 семестр						
Тема 1.	Теоретические основы и принципы управления маркетингом	1	1	-	5	7
Тема 2.	Принципы управления маркетингом	1	1	-	5	7
Тема 3.	Формирование структур управления маркетингом	1	1	-	5	7
Тема 4.	Типизация фирм малого бизнеса	1	1	-	5	7
Тема 5.	Технология процесса управления маркетингом	1	1	-	5	7
Тема 6.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	1	1	-	5	7
Тема 7.	Оценка и анализ внутреннего потенциала	2	2	-	5	9



	фирмы					
Тема 8.	Анализ внутренней среды фирмы	2	2	-	6	10
Тема 9.	Анализ внешней среды фирмы	2	2	-	6,8	10,8
<b>Промежуточная аттестация</b>						<b>0,2</b>
<b>Зачет</b>						
<b>Общий объем</b>		<b>12</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>47,8</b>	<b>72</b>

### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		ЛК	ПР	ПП	СР	Всего
3 курс						
Тема 1.	Теоретические основы и принципы управления маркетингом	1	1	-	6	8
Тема 2.	Принципы управления маркетингом	1	1	-	6	8
Тема 3.	Формирование структур управления маркетингом	1	1	-	6	8
Тема 4.	Типизация фирм малого бизнеса	-	-	-	6	6
Тема 5.	Технология процесса управления маркетингом	-	-	-	7	7
Тема 6.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	-	-	-	7	7
Тема 7.	Оценка и анализ внутреннего потенциала фирмы	1	1	-	7	9
Тема 8.	Анализ внутренней среды фирмы	-	-	-	7	7
Тема 9.	Анализ внешней среды фирмы	-	-	-	7,8	7,8
<b>Промежуточная аттестация</b>						<b>0,2</b>
<b>Подготовка к аттестации (контроль)</b>						<b>4</b>
<b>Общий объем</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>59,8</b>	<b>72</b>

### 5.3. Занятия семинарского типа

#### Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия (Л, ПР)	Наименование темы	Количество часов		
				ОФО	ОЗФО	ЗФО
1.	Тема 1.	ПР	1.Маркетинг как интегрирующая функция управления организацией 2. Концепция продукта в управлении маркетингом 3. Стратегия поведения фирмы на рынке	2	1	1
2.	Тема 2.	ПР	1.Ценностно-ориентированные принципы управления маркетингом 2.Концептуально-регулирующие принципы 3. Принципы тактического анализа и проектирования	2	1	1
3.	Тема 3.	ПР	1. Формы организаций в структуре	2	1	1

			управления товарного рынка. 2. Подходы к управлению организацией. 3. Классификация концепций и подходов в менеджменте			
4.	Тема 4.	ПР	1. Основные типы фирм малого бизнеса: венчурные, традиционалисты, сателлиты и мини-монополисты. 2. Характеристика среднего и крупного бизнеса 3. Структура управления маркетингом: достоинства и недостатки	2	1	-
5.	Тема 5.	ПР	1. Принятие решений в управлении маркетингом. 2. Методы стратегического анализа в управлении маркетингом. 3. Классификация основных методов получения информации в маркетинге 4. Принятие решений в управлении маркетингом	2	1	-
6.	Тема 6.	ПР	1.Содержание и структура стратегического управления фирмой 2. Миссия и цели фирмы. 3.Стратегическая цель предпринимательской деятельности. Общая схема планирования.	2	1	-
7.	Тема 7.	ПР	1. Выявление сильных и слабых сторон фирмы 2. Финансовый анализ фирмы. Основные источники для проведения анализа. 3.Основные показатели оценки маркетинговой деятельности. 4. Организационная культура фирмы: особенности и структура и типы организационных культур	2	2	1
8.	Тема 8.	ПР	1.Анализ внутренней среды организации и факторы воздействия на деятельность организации. 2.Факторы прямого воздействия. 3.Оценка сильных и слабых сторон деятельности организации.	2	2	-
9.	Тема 9.	ПР	1.Анализ внешней среды прямого воздействия 2.Анализ внешней среды косвенного воздействия 3.Оценка сильных и слабых сторон конкурентов 4.Анализ конкурентных преимуществ фирмы	2	2	-
<i>Итого</i>				<i>18</i>	<i>12</i>	<i>4</i>

## **5.4. Примерная тематика рефератов, контрольной работы**

курсовая работа - не предусмотрена учебным планом

### **5.4.1 Примерная тематика рефератов**

1. Эволюционное развитие маркетинга
2. Маркетинг как специфическая функция управления
3. Концепции управления маркетингом.
4. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.
5. Маркетинговый контроль.
6. Стратегия маркетинга в управлении предприятием.
7. Планирование в маркетинге.
8. Организационные структуры служб маркетинга.
9. Контроль и планирование в маркетинге.
10. Аналитическая составляющая в маркетинге
11. Маркетинговые исследования
12. Сбор и анализ маркетинговой информации для принятия решений.
13. . Планирование бюджета в маркетинге.
14. Процесс управления маркетингом на предприятии.
15. Основные требования к организации маркетинга на предприятии
16. Выбор типа организационной структуры службы маркетинга.
17. Деятельность и структура службы формирования спроса и стимулирования сбыта.
18. Процесс целеполагания в маркетинге
19. Стратегии в маркетинге
20. Стратегическое управление и маркетинг
21. Управление маркетинговыми коммуникациями.
22. . Общая характеристика этапов процесса управления маркетингом.
23. Контроллинг как функция управления маркетингом.
24. Задачи, права и ответственность сотрудников в системе управления маркетингом
25. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности предприятия

### **5.4.2 Примерные варианты контрольной работы**

#### **Вариант 1.**

План:

1. Маркетинг как интегрирующая функция управления организацией
2. Концепция продукта в управлении маркетингом
3. Стратегия поведения фирмы на рынке
4. Задача.

Сформулируйте цели маркетинга промышленной, торговой или иной фирмы (по Вашему выбору), выступающей на рынке товара N (выберите наиболее известный Вам товар), и разработайте перечень конкретных задач маркетинга данной фирмы на определенную перспективу. Одновременно дайте краткую характеристику рынку (монопольный, конкурентный, рынок продавца или рынок покупателя), определите масштаб операций (объем товарооборота) и долю данной фирмы на этом рынке.

#### **Вариант 2.**

План:

1. Ценностно-ориентированные принципы управления маркетингом
2. Концептуально-регулирующие принципы
3. Принципы тактического анализа и проектирования
4. Задача.

На основе блок-схемы функций маркетинга разработайте перечень конкретных функций каждого блока для определенной промышленной, торговой или иной фирмы (по Вашему

выбору) в зависимости от выдвинутых Вами задач. Одновременно покажите взаимодействие маркетинга фирмы с государственными структурами и с коньюмеристским движением. В какой форме реализуются права продавца и обеспечиваются (данной фирмой) права покупателя; соблюдаются ли фирмой принципы социально-этического маркетинга; связаны ли с этим дополнительные затраты? Каким образом они компенсируются?

### **Вариант 3.**

План:

1. Формы организаций в структуре управления товарного рынка.
2. Подходы к управлению организацией.
3. Классификация концепций и подходов в менеджменте
4. Задача.

Разработайте схему организации маркетинговой службы крупной или средней фирмы (любой отрасли) по одному из организационных типов (матричному, функциональному или комбинированному). Опишите функции каждого подразделения маркетинговой службы и функции его руководителя по координации их деятельности (для выбранного Вами типа и размера фирмы и ее позиции на рынке). Составьте схему структуры фирмы, выделите маркетинговые подразделения, покажите их связи и потоки информации.

### **Вариант 4.**

План:

1. Основные типы фирм малого бизнеса: венчурные, традиционалисты, сателлиты и мини-монополисты.
2. Характеристика среднего и крупного бизнеса
4. Структура управления маркетингом: достоинства и недостатки
5. Задача.

Оцените производственные возможности фирмы (основные средства, ведущее оборудование, производительность ведущего оборудования, мощность оборудования, коэффициент загрузки, годовая программа).

### **Вариант 5.**

План:

1. Принятие решений в управлении маркетингом.
2. Методы стратегического анализа в управлении маркетингом.
3. Классификация основных методов получения информации в маркетинге
4. Принятие решений в управлении маркетингом
5. Задача.

Составьте план маркетингового исследования спроса на товар (по Вашему выбору). План должен предусматривать следующие требования:

постановку задачи (оценку спроса или его прогноз, обоснованные гипотезы развития спроса, тип рынка);

выбор метода сбора информации;

выбор метода моделирования и прогнозирования.

### **Вариант 6.**

План:

1. Содержание и структура стратегического управления фирмой
2. Миссия и цели фирмы. Стратегическая цель предпринимательской деятельности. Общая схема планирования.
3. Задача.

Из числа Ваших знакомых составьте экспертную группу для краткосрочного прогноза (месячного) цен на три товара по Вашему выбору на выбранном Вами типе рынка (муниципальном, частном, городском, сельскохозяйственном и т.д.). Присвойте каждому эксперту балл компетентности (знание рынка) и выведите средний балл (по формуле простой средней арифметической). Попросите их ответить на поставленный вопрос письменно и анонимно (не знакомя других экспертов). Ответы (по каждому товару) ранжируйте. Постройте ряд распределения и исчислите его характеристики: квартили, моду, медиану. Отбросьте ответы, попавшие за пределы 1-го и 3-го квартилей, а экспертов, попавших в межквартильное расстояние, ознакомьте со всеми ответами. Разрешите им изменить мнение и проведите 2-й тур. Повторите все операции и исчислите среднюю величину ответов межквартильного расстояния, которое и будет считаться прогнозом. Через месяц проверьте его правильность.

### Вариант 7.

План:

1. Выявление сильных и слабых сторон фирмы
2. Финансовый анализ фирмы. Основные источники для проведения анализа.
3. Основные показатели оценки маркетинговой деятельности.
4. Организационная культура фирмы: особенности и структура и типы организационных культур
5. Задача.

Разработайте анкету опроса мнения потребителей о качестве вашего товара (или качестве обслуживания в магазине). Попросите друзей заполнить анкету.

### Вариант 8.

План:

1. Анализ внешней среды прямого воздействия
2. Анализ внешней среды косвенного воздействия
3. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов
4. Анализ конкурентных преимуществ фирмы
5. Выбор стратегических целевых параметров деятельности фирмы
6. Задача.

Рассчитайте емкость рынка некоего товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте - 875 тыс. чел.; уровень потребления на душу в базисном году составил 80 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цена вырастет на 3%); по данным обследования населения имеется 10 млн. ед. товара, причем физический износ составляет в среднем 40% наличия, а моральный - 10%. Известно, что нетоварное потребление этого товара достигает 25 млн. ед.

### Вариант 9.

План:

1. Выработка альтернатив корпоративной стратегии фирмы
2. Конкурентные и комбинированные стратегии фирмы
3. Стратегия диверсификации и позиционные стратегии фирмы
4. Выбор корпоративной стратегии фирмы
5. Задача.

Какие географические сегменты, приведенные в табл., выберут среднее предприятие с производственно-сбытовой мощностью в 3 млн. ед. в год и малое предприятие с мощностью в 500 тыс. ед.?

Таблица Параметры сегментов рынка

	Емкость	Число	Их доля в	Средняя норма	Цена за ед.,
--	---------	-------	-----------	---------------	--------------

Сегменты	рынка, тыс. ед.	конкурентов	сегменте, %	прибыли (в % к затратам)	тыс. руб.
1	8500	5	90	50	100
2	6000	6	80	48	95
3	4500	2	40	55	98
4	1000	1	50	42	80

### Вариант 10.

План:

1. Продуктовая стратегия маркетинга
2. Товарные стратегии
3. Ценовые стратегии маркетинга
4. Стратегия распределения
5. Стратегии продвижения товара
6. Задача.

Фирма планирует выпускать наручные часы. Для проведения сегментации рынка использованы четыре признака с двумя градациями каждый: возраст (дети, взрослые); пол (мужской, женский); доход (высокий, низкий); род занятий, точнее, тип труда (умственный, физический).

Определите число сегментов с учетом “стирания” границ между неразличимыми группами.

### 5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов		
		ОФО	ОЗФО	ЗФО
Тема 1.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата и подготовка к защите	4	5	6
Тема 2.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	4	5	6
Тема 3.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	4	5	6
Тема 4.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	4	5	6
Тема 5.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	4	5	7
Тема 6.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	4	5	7

Тема 7.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	4	5	7
Тема 8.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	4	6	7
Тема 9.	изучение и конспектирование рекомендуемой учебно-методической литературы и первоисточников, подготовка к устному опросу, подготовка к выполнению практических заданий, написание реферата	3,8	6,8	7,8
Тема 1 – 9	Подготовка к аттестации	35,8	47,8	59,8

## **6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

### **Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft PowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- Лекции (аудиторные, внеаудиторные),
- заслушивание докладов (рефератов), их обсуждение,
- практические занятия,
- разбор конкретных правовых коллизий,
- индивидуальные консультации, самостоятельная работа обучающегося.
- семинары, вебинары,
- круглые столы и и.п.;
- самостоятельная работа обучающихся, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше письменных/устных заданий, работа с литературой.

**Практическая подготовка обучающихся – не предусмотрена учебным планом**

## **7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1. Основная литература**

1. Зеньков, И. В. Менеджмент и маркетинг: учебное пособие / И. В. Зеньков. - Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, 2022. - 330 с. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/124304.html>

2. Менеджмент организации: учебник / В. В. Дорофиенко, Л. Б. Костровец, О. К. Иванова [и др.]; под редакцией В. В. Дорофиенко. - Донецк: Донецкая академия управления и государственной службы, 2018. - 777 с. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/123485.html>

3. Петренко, Ю. В. Маркетинг: учебное пособие / Ю. В. Петренко, А. С. Неуструева, Ю. В. Родионова. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. - 110 с. - ISBN 978-5-7937-1604-8. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/102924.html>

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Архипов, А. В. Менеджмент и маркетинг. Ч.1. Менеджмент. Принятие управленческих решений: учебное пособие / А. В. Архипов. - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. - 83 с. - ISBN 978-5-7937-1365-8. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/102645.html>

2. Менеджмент и маркетинг: практикум / составители О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова. - 2-е изд. - Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. - 113 с. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/111764.html>

3. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом: учебник / Е. Б. Кметь, А. Г. Ким. - Саратов: Вузовское образование, 2016. - 284 с. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/43373.html>

4. Лемешева, Ж. С. Маркетинг: учебное наглядное пособие / Ж. С. Лемешева. - Москва: Российская таможенная академия, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9590-0964-9. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/84852.html>

5. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.]; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. - 2-е изд. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с. - ISBN 5-238-00883-X. - Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/71205.html>



### **8.3. Программное обеспечение**

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- Microsoft Server Open License, лицензия № 43817628 от 18.04.2008 (бессрочно)
- Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)
- ООО «Консультант Плюс-СК», договор № 75869 от 30.12.2022 (сроком до 31.12.2023)
- Radmin 3, договор № 1546 от 22.10.2018 (бессрочно)
- Radmin 3, договор № 1719 от 20.11.2018 (бессрочно)
- Платформа ВКР-ВУЗ, лицензионный договор № 9151/22 от 25.03.2022 (сроком на 1 год)
- Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX, договор № SIO-932/2020 от 13.11.2020, договор № SIO-932/2021 от 08.11.2021, договор № SIO-932/2022 от 08.11.2022 (сроком на 1 год)
- Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы», лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017 (бессрочно)
- Foxit PDF Reader (свободно распространяемое программное обеспечение)
- Яндекс.Браузер (свободно распространяемое программное обеспечение)

### **8.4. Профессиональные базы данных**

- AUP.Ru: информационно-методический интернет-ресурсы по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии - <http://www.aup.ru/>
- Economicus.Ru : портал по экономическим дисциплинам- <http://economicus.ru/>
- Энциклопедия маркетинга : статьи, книги - <http://www.marketing.spb.ru/>
- РосБизнесКонсалтинг (РБК) - <https://kavkaz.rbc.ru/>
- Корпоративный менеджмент : аналитические статьи, книги и курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий - <https://www.cfin.ru/>
- Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал - <http://ecsocman.hse.ru/docs/16000047/index.html>
- Бухгалтерский учет и налоги - <http://businessuchet.ru/>
- ИЕ: Экономика. Институциональная экономика : отечественные и переводные материалы учебно-методического характера по экономической теории - <http://institutional.narod.ru/>
- Финансы.ru: экономические новости, актуальные публикации по экономике и финансам, методические пособия, лекции, тщательно отобранные рефераты, конспекты, переводы, тексты книг дипломы и диссертации - <http://www.finansy.ru/>

### **8.5. Информационные справочные системы**

- Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>
- Информационно-правовая система «Консультант +» <http://www.consultant.ru/>
- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru/>

### **8.6. Интернет-ресурсы**

- Антитеррористическая комиссия Ставропольского края <http://www.atk26.ru>
- ГБУК «СКУНБ им. М.Ю.Лермонтова» <http://www.skunb.ru>
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://schoolcollection.edu.ru/>

- Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>
- Наука и образование против террора <http://scienceport.ru>
- Национальный центр противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет <http://нцпдти.рф>
- Научная электронная библиотека – полнотекстовые журналы на русском и иностранных языках <http://www.edu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://www.elibrary.ru/>
- Электронная библиотека ИДНК <https://idnk.ru/idnk-segodnya/biblioteka.html>
- Электронно – библиотечная система «ЭБС IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>
- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <http://minobrnauki.gov.ru>
- Федеральный портал «Российское образование» [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

## **8.7. Методические указания по освоению дисциплины**

### **Методические указания для подготовки к лекции**

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к занятиям семинарского типа/практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой ЧОУ ВО ИДНК, в том числе ее электронными ресурсами, а также делает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект - это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

*План-конспект*- это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

*Текстуальный конспект*- это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

*Свободный конспект*- это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

*Тематический конспект*- составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

### **Методические указания для подготовки к занятиям семинарского типа**

Занятия семинарского типа – это форма форму организации учебного процесса, в ходе которого обучающийся должен приобрести умения получать новые учебные знания, их систематизировать и концептуализировать; оперировать базовыми понятиями и теоретическими конструкциями дисциплины.

Рабочей программой по дисциплине «Менеджмент маркетинга» предусмотрены практические занятия, в том числе практическая подготовка.

Основное назначение практических занятий заключается в закреплении полученных теоретических знаний. Для этого студентам к каждому занятию предлагаются теоретические вопросы для обсуждения (устного опроса) и задания (задачи) для практического решения. Кроме того, участие в практических занятиях предполагает отработку и закрепление студентами навыков работы с информацией, взаимодействия с коллегами и профессиональных навыков (участия в публичных выступлениях, ведения групповых дискуссий, защита рефератов).

При подготовке к занятию можно выделить 2 этапа:

- организационный;
- закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию.

Начинать надо с изучения рекомендованной литературы (основной и дополнительной), а также относящихся к теме занятия первоисточников. Необходимо помнить, что на занятиях обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в контексте контактной работы со студентами. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы.

Перечень спорных в доктрине теоретических вопросов по каждой теме, на которые студенты должны обратить особое внимание, определяется преподавателем и заранее (до проведения соответствующего занятия) доводится до сведения обучающихся в устной или письменной форме.

Теоретические вопросы темы могут рассматриваться на практическом занятии самостоятельно или в связи с выполнением практических заданий, в т.ч. анализом конкретных ситуаций.

Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал.

В структуре занятия семинарского типа традиционно выделяют следующие этапы:

1) организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию);

2) исходный контроль (тесты, устный опрос, проверка заданий и т.д.), коррекция знаний студентов;

3) обучающий этап (предъявление алгоритма выполнения заданий, инструкций по выполнению заданий, выполнения методик и др.);

4) самостоятельная работа студентов на занятии;

5) контроль конечного уровня усвоения знаний;

6) заключительный этап.

На практических заданиях могут применяться следующие формы работы:

- фронтальная - все студенты выполняют одну и ту же работу;

- групповая - одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;

- индивидуальная - каждый студент выполняет индивидуальное задание.

При изучении дисциплины используются активные и интерактивные методы обучения, которые позволяют активизировать мышление студентов, вовлечь их в учебный процесс; стимулируют самостоятельное, творческое отношение студентов к предмету; повышают степень мотивации и эмоциональности; обеспечивают постоянное взаимодействие обучаемых и преподавателей с помощью прямых и обратных связей.

В частности, используются такие формы, как:

1. Практическое занятие в диалоговом режиме – форма организации занятия семинарского типа, по заранее определенной теме или группе вопросов, способствующая закреплению и углублению теоретических знаний и практических навыков студентов, развитию навыков самостоятельной работы с первоисточниками, учебными и литературными источниками, обмена взглядами, знаниями, позициями, точками зрениями.

Перечень требований к выступлению студента на занятии:

- связь выступления с предшествующей темой или вопросом;

- раскрытие сущности проблемы;

- методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

2. Анализ конкретной ситуации (*выполнение практических заданий, в т.ч. решение ситуационных задач*) – это моделирование ситуации или использование реальной ситуации в целях анализа данного случая, выявления проблем, поиска альтернативных решений и принятия оптимального решения проблем.

### **Методические указания по подготовке к практическим занятиям**

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов - чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование - один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

*Практическое задание* – самостоятельная письменная работа, содержащая решение какой-либо проблемы по образцу, типовой формуле, заданному алгоритму.

Результатом заданий является овладение обучающимися определенным набором способов деятельности, универсальным по отношению к предмету воздействия.

Для выполнения задания необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную; подобрать исходные данные самостоятельно, используя различные источники информации. Для выполнения заданий обучающемуся необходимо:

- составить алгоритм решения, при выполнении обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса;
- решение записывать подробно, располагать ответы в строгом порядке;
- довести решение до окончательного ответа, которого требует условие задания.

Если задание представлено в виде *таблиц и схем*, то следует руководствоваться следующим алгоритмом их заполнения:

Если задание представлено в виде *ситуационной задачи*, то приступая к их решению необходимо помимо изучения теоретического материала ознакомиться с соответствующей профессиональной базой данных по направлению Менеджмент посмотреть опубликованную практику.

Решение ситуационных задач преследует цель - закрепить теоретические знания и выработать навыки практического применения полученных знаний.

Следует внимательно прочитать условие задачи, обращая внимание на все детали с тем, чтобы четко определиться в существе проблемы.

При решении ситуационных задач обязательным является ссылка на соответствующую тему дисциплины.

Решение должно быть четким, однозначным, по возможности развернутым с подробной оценкой доказательств, аргументацией предпочтения тех, на базе которых делается окончательный вывод.

Доказательства, которые не приняты, должны получить свою оценку. Помимо ссылки на конкретную информационную базу, следует дать ее толкование и обоснование необходимости руководствоваться при решении казуса именно ею.

При решении ситуационных задач необходимо обращать внимание на вопросы, связанные с базовыми экономическими знаниями. При решении ситуационной задачи необходимо ответить на все постановленные в ней вопросы со ссылкой на информационно – справочные системы.

По время разбора ситуаций на занятии преподаватель может поставить дополнительные вопросы. Поэтому при решении ситуационной задачи обучающийся должен проявить элемент творчества.

Это возможно при изучении соответствующей профессиональной базы по направлению теология, что позволит быть готовым ответить на дополнительные вопросы преподавателя по задаче.

### **Методические указания по выполнению практических заданий**

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

1) необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;

2) раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);

3) обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

### **Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося**

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или

домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний; углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, подготовка презентаций; составление глоссария; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (деловые игры). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Самостоятельное теоретическое обучение предполагает освоение студентом во внеаудиторное время рекомендуемой преподавателем основной и дополнительной литературы. С этой целью студентам рекомендуется постоянно знакомиться с классическими теоретическими источниками по темам дисциплины, а также с новинками литературы, статьями в периодических изданиях, справочных системах по направлению теология.

#### **Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников**

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение - это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

### **Методические указания по подготовке к решению ситуационных задач**

Решение задач преследует цель - закрепить теоретические знания и выработать навыки практического применения полученных знаний.

Следует внимательно прочитать условие задачи, обращая внимание на все детали с тем, чтобы четко определиться в существе проблемы.

Решение должно быть четким, однозначным, по возможности развернутым с подробной оценкой доказательств, аргументацией предпочтения тех, на базе которых делается окончательный вывод.

Доказательства, которые не приняты, должны получить свою оценку. Помимо ссылки на конкретную нормативно – справочную систему, следует дать ее толкование и обоснование необходимости руководствоваться при решении казуса именно ею.

При решении задач необходимо обращать внимание на вопросы, связанные с применением, как экономических закономерностей, так и теорий управления. При решении задачи необходимо ответить на все постановленные в задаче вопросы со ссылкой на определенную методику.

### **Методические указания по подготовке к тестированию**

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.



Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

При подготовке к тесту не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

### **Методические указания по подготовке рефератов**

Реферат представляет собой краткое изложение содержания монографии (одной или нескольких книг), тематической группы научных статей, материалов научных публикаций по определенной проблеме, вопросу, дискуссии или концепции. Реферат не предполагает самостоятельного научного исследования и не требует определения позиции автора.

Главная задача, стоящая перед студентами при его написании, - научиться осуществлять подбор источников по теме, кратко излагать имеющиеся в литературе суждения по определенной проблеме, сравнивать различные точки зрения. Рефераты являются одной из основных форм самостоятельной работы студентов и средством контроля за усвоением учебного и нормативного материала в объеме, устанавливаемым программой. Для большинства студентов реферат носит учебный характер, однако он может включать элементы исследовательской работы и стать базой для написания выпускной квалификационной работы.

Порядок подготовки к написанию реферата включает следующие этапы:

#### **1. Подготовительный этап, включающий изучение предмета исследования.**

1) Выбор и формулировка темы.

Тема в концентрированном виде должна выражать содержание будущего текста, заключать проблему, скрытый вопрос.

2) Поиск источников.

Составить библиографию, используя систематический и электронный каталоги библиотеки филиала, а также электронно-библиотечных систем; изучить относящиеся к данной теме источники и литературу.

3) Работа с несколькими источниками. Выделить главное в тексте источника, определить их проблематику, выявить авторскую позицию, основные аргументы и доказательства в защиту авторской позиции, аргументировать собственные выводы по данной проблематике.

4) Систематизация материалов для написания текста реферата.

2. Написание текста реферата.

1) Составление подробного плана реферата.

План реферата - это основа работы. Вопросы плана должны быть краткими, отражающими сущность того, что излагается в содержании. Рекомендуется брать не более двух или трех основных вопросов. Не следует перегружать план второстепенными вопросами.

2) Создание текста реферата.

Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью. Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы. Связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов. Цельность – смысловая законченность текста. При написании реферата не следует допускать:

- дословное переписывание текстов из книг и Интернет;
- использование устаревшей литературы;
- подмену научно-аналитического стиля художественным;
- подмену изложения теоретических вопросов длинными библиографическими справками;
- небрежного оформления работы.

Структура реферата.

Объем реферата должен составлять 15-20 страниц компьютерного текста, не считая приложений.

Структура реферата:

1) Титульный лист. Титульный лист является первой страницей реферата.

2) Содержание.

После титульного листа на отдельной странице следует содержание: порядок расположения отдельных частей – подпункты должны иметь названия; номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

3) Введение.

Автор обосновывает научную актуальность, практическую значимость, новизну темы, а также указывает цели и задачи, предмет объект и методы исследования. Введение обычно состоит из 2-3 страниц.

4) Основная часть.

Может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов). Предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники.

5) Заключение.

Подводится итог проведенному исследованию, формулируются предложения и выводы автора, вытекающие из всей работы. Заключение обычно состоит из 2-3 страниц.

6) Библиографический список.

Включаются только те работы, на которые сделаны ссылки в тексте.

7) Приложения. Включаются используемые в работе документы, таблицы, графики, схемы и др.

Требования к оформлению реферата

Реферат оформляются на русском языке в виде текста, подготовленного на персональном компьютере с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере на листах формата А4 с одной стороны. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация допускается только для таблиц и схем приложений. Шрифт текста – TheTimesNewRoman, размер – 14, цвет – черный. Поля: левое – 3 см., правое – 1,5 см., верхнее и нижнее – 2 см. Межстрочный интервал – 1,5 пт. Абзац – 1,25 см.

Допускается использование визуальных возможностей акцентирования внимания на определенных терминах, определениях, применяя инструменты выделения и шрифты различных стилей.

Наименования всех структурных элементов реферата (за исключением приложений) записываются в виде заголовков строчными буквами по центру страницы без подчеркивания (шрифт 14 полужирный).

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту.

Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки.

Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется (нумерация страниц – автоматическая).

Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

Главы имеют порядковые номера и обозначаются арабскими цифрами. Номер раздела главы состоит из номеров главы и ее раздела, разделенных точкой.

Цитаты воспроизводятся с соблюдением всех правил цитирования (соразмерная кратность цитаты, точность цитирования). Цитируемая информация заключается в кавычки, указывается источник цитирования, а также номер страницы источника, из которого приводится цитата (при наличии).

Цифровой (графический) материал (далее - материалы), как правило, оформляется в виде таблиц, графиков, диаграмм, иллюстраций и имеет по тексту отдельную сквозную нумерацию для каждого вида материала, выполненную арабскими цифрами. В библиографическом списке указывается перечень изученных и использованных при подготовке реферата источников.

Библиографический список является составной частью работы. Количество и характер источников в списке дают представление о степени изученности конкретной проблемы автором, документально подтверждают точность и достоверность приведенных в тексте заимствований: ссылок, цитат, информационных и статистических данных. Список помещается в конце работы, после Заключения.

Библиографический список содержит сведения обо всех источниках, используемых при написании работы. Список обязательно должен быть пронумерован.

Приложения к реферату оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу страницы надпись «Приложение» с указанием его порядкового номера арабскими цифрами. Характер приложения определяется студентом самостоятельно, исходя из содержания работы. Текст каждого приложения может быть разделен на разделы, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц.

### **Методические указания по подготовке к устному собеседованию**

Самостоятельная работа включает подготовку к устному собеседованию на практических занятиях/занятиях семинарского типа. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что предопределяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному собеседованию зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному собеседованию студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному собеседованию по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

### **Методические указания для подготовки компьютерной (мультимедиа) презентации**

Компьютерные презентации- это сочетание самых разнообразных средств представления информации, объединенных в единую структуру. Чередование или комбинирование текста, графики, видео и звукового ряда позволяют донести информацию в максимально наглядной и легко воспринимаемой форме, акцентировать внимание на значимых моментах излагаемой информации, создавать наглядные эффектные образы в виде схем, диаграмм, графических композиций и т. п.

Мультимедийные презентации обеспечивают наглядность, способствующую комплексному восприятию материала, изменяют скорость подачи материала, облегчают показ фотографий, рисунков, графиков, географических карт, исторических или труднодоступных материалов. Кроме того, при использовании анимации и вставок видеофрагментов возможно продемонстрировать динамичные процессы. Преимущество мультимедийных презентаций - проигрывание аудиофайлов, что обеспечивает эффективность восприятия информации: излагаемый материал подкрепляется зрительными образами и воспринимается на уровне ощущений.

Процесс презентации состоит из отдельных этапов:

- подготовка и согласование с преподавателем текста доклада;
- разработка структуры презентации;
- создание презентации в PowerPoint;
- согласование презентации и репетиция доклада.

На первом этапе производится подготовка и согласование с преподавателем текста доклада. На втором этапе производится разработка структуры компьютерной презентации. Обучающийся составляет варианты сценария представления результатов собственной деятельности и выбирает наиболее подходящий. На третьем этапе он создает выбранный вариант презентации в PowerPoint. На четвертом этапе производится согласование презентации и репетиция доклада.

Цель доклада - помочь обучающемуся донести замысел презентации до слушателей, а слушателям понять представленный материал. После выступления докладчик отвечает на вопросы слушателей, возникшие после презентации. После проведения всех четырех этапов выставляется итоговая оценка.

Требования к формированию компьютерной презентации:

- компьютерная презентация должна содержать начальный и конечный слайды;
- структура компьютерной презентации должна включать оглавление, основную и резюмирующую части;
- каждый слайд должен быть логически связан с предыдущим и последующим;
- слайды должны содержать минимум текста (на каждом не более 10 строк);
- необходимо использовать графический материал (включая картинки), сопровождающий текст (это позволит разнообразить представляемый материал и обогатить доклад выступающего);

-время выступления должно быть соотнесено с количеством слайдов из расчета, что компьютерная презентация, включающая 10- 15 слайдов, требует для выступления около 7-10 минут.

Подготовленные для представления доклады должны отвечать следующим требованиям:

- цель доклада должна быть сформулирована в начале выступления;
- выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем;
- недопустимо читать текст со слайдов или повторять наизусть то, что показано на слайде;
- речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа;
- докладчику во время выступления разрешается держать в руках листок с тезисами своего выступления, в который он имеет право заглядывать;
- докладчик должен иметь зрительный контакт с аудиторией;
- после выступления докладчик должен оперативно и по существу отвечать на все вопросы аудитории (если вопрос задан не по теме, то преподаватель должен снять его).

### **Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации**

Формами промежуточной аттестации по дисциплине «Менеджмент маркетинга» являются *зачёт*.

Зачет – это форма промежуточной аттестации, задачей которого является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Зачет для очной формы обучения проводится за счет часов, отведённых на изучение соответствующей дисциплины.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения по дисциплине.

Для получения зачета необходимо иметь оценки, полученные в рамках текущего контроля успеваемости, по каждой теме, предусмотренной дисциплиной.

В критерии итоговой оценки уровня подготовки обучающегося по дисциплине входят:

- уровень усвоения обучающимся материала, предусмотренного рабочей программой;
- уровень практических умений, продемонстрированных студентом при выполнении практических заданий;
- уровень освоения компетенций, позволяющих выполнять практические задания;
- логика мышления, обоснованность, четкость, полнота ответов.

Зачет для очно-заочной формы по дисциплине проводится включая в себя: собеседование преподавателя с обучающимися по контрольным вопросам и ситуационным задачам. Контрольный вопрос – это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме дисциплины.

Ситуационная задача – это оценочное средство, включающее совокупность условий, направленных на решение практически значимой ситуации с целью формирования компетенций, соответствующих основным типам профессиональной деятельности.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку правильности решения задач, кратко изложить ее содержание, объяснить суть возникшего спора, кратко разобрать и оценить доводы участников соответствующего спора и обосновать со ссылками на нормативные акты собственное решение предложенной

задачи. В случае вариативности решения задачи следует обосновать все возможные варианты решения.

Контрольные вопросы и ситуационные задачи к зачету доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

На ответ обучающегося по каждому контрольному вопросу и ситуационной задачи отводится, как правило, 3-5 минут.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам зачета, а также вносит эту оценку в аттестационную ведомость, зачетную книжку.

Перечень контрольных вопросов и ситуационные задачи к зачету, а также критерии и шкала оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, для занятий практического (семинарского) типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>Специализированная учебная мебель:          стол на 2 посадочных мест а(7шт.), стул (14 шт.),          стол преподавателя (1шт.),          мобильная аудиторная доска,          витрины стеклянные с предметами искусства (2шт.).</p> <p>Технические средства обучения: ноутбук Lenovo с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации,          видеопроекторное оборудование – проектор EPSON и экран.</p> <p>Наборы учебно-наглядных пособий:          схемы, рисунки, презентация по дисциплине на флеш-носителях</p> <p>Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:          Microsoft Server Open License, лицензия № 43817628 от 18.04.2008 (бессрочно)          Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)          ООО «Консультант Плюс-СК», договор № 75869 от 30.12.2022 (сроком до 31.12.2023)          Radmin 3, договор № 1546 от 22.10.2018 (бессрочно)          Radmin 3, договор № 1719 от 20.11.2018 (бессрочно)          Платформа ВКР-ВУЗ, лицензионный договор № 9151/22 от 25.03.2022 (сроком на 1 год)          Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX, договор № SIO-932/2020 от 13.11.2020, договор № SIO-932/2021 от 08.11.2021, договор № SIO-932/2022 от 08.11.2022 (сроком на 1 год)          Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы», лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017 (бессрочно)          Foxit PDF Reader (свободно распространяемое программное обеспечение)          Яндекс.Браузер (свободно распространяемое программное обеспечение)</p>	<p>355008, Российская Федерация,          Ставропольский край,          г. Ставрополь, проспект          Карла Маркса, 7,          аудитория 204</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, для занятий практического (семинарского) типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>Специализированная учебная мебель:          стол на 2 посадочных мест а(7шт.), стул (14 шт.),          стол преподавателя (1шт.),          мобильная аудиторная доска,</p>	<p>355008, Российская Федерация,          Ставропольский край,          г. Ставрополь, проспект          Карла Маркса, 7,          аудитория 207</p>

<p>витрины стеклянные с предметами искусства (2шт.).</p> <p>Технические средства обучения: ноутбук Lenovo с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации,</p> <p>видеопроекторное оборудование – проектор EPSON и экран.</p> <p>Наборы учебно-наглядных пособий:</p> <p>схемы, рисунки, презентация по дисциплине на флеш-носителях</p> <p>Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:</p> <p>Microsoft Server Open License, лицензия № 43817628 от 18.04.2008 (бессрочно)</p> <p>Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)</p> <p>ООО «Консультант Плюс-СК», договор № 75869 от 30.12.2022 (сроком до 31.12.2023)</p> <p>Radmin 3, договор № 1546 от 22.10.2018 (бессрочно)</p> <p>Radmin 3, договор № 1719 от 20.11.2018 (бессрочно)</p> <p>Платформа ВКР-ВУЗ, лицензионный договор № 9151/22 от 25.03.2022 (сроком на 1 год)</p> <p>Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX, договор № SIO-932/2020 от 13.11.2020, договор № SIO-932/2021 от 08.11.2021, договор № SIO-932/2022 от 08.11.2022 (сроком на 1 год)</p> <p>Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы», лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017 (бессрочно)</p> <p>Foxit PDF Reader (свободно распространяемое программное обеспечение)</p> <p>Яндекс.Браузер (свободно распространяемое программное обеспечение)</p>	
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся</p> <p>Специализированная учебная мебель:</p> <p>стол на 2 посадочных места (10 шт.), стул (20 шт.).</p> <p>Технические средства обучения: автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации</p> <p>Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:</p> <p>Microsoft Server Open License, лицензия № 43817628 от 18.04.2008 (бессрочно)</p> <p>Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)</p> <p>ООО «Консультант Плюс-СК», договор № 75869 от 30.12.2022 (сроком до 31.12.2023)</p> <p>Radmin 3, договор № 1546 от 22.10.2018 (бессрочно)</p> <p>Radmin 3, договор № 1719 от 20.11.2018 (бессрочно)</p> <p>Платформа ВКР-ВУЗ, лицензионный договор № 9151/22 от 25.03.2022 (сроком на 1 год)</p> <p>Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX, договор № SIO-932/2020 от 13.11.2020, договор № SIO-932/2021 от 08.11.2021, договор № SIO-932/2022 от 08.11.2022 (сроком на 1 год)</p> <p>Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы», лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017 (бессрочно)</p> <p>Foxit PDF Reader (свободно распространяемое программное обеспечение)</p> <p>Яндекс.Браузер (свободно распространяемое программное обеспечение)</p>	<p>355008, Российская Федерация, Ставропольский край, г. Ставрополь, проспект Карла Маркса, 7, аудитория 206</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся</p> <p>Специализированная учебная мебель:</p> <p>стол на 2 посадочных места (10 шт.), стул (20 шт.), стол преподавателя (1 шт.), стеллаж книжный (7 шт.).</p> <p>Технические средства обучения: автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, и специализированным программным обеспечением для блокировки сайтов экстремистского содержания (6 шт.), принтер (1 шт.).</p>	<p>355008, Российская Федерация, Ставропольский край, г. Ставрополь, проспект Карла Маркса, 7, аудитория 210</p>

<p>Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:  Microsoft Server Open License, лицензия № 43817628 от 18.04.2008 (бессрочно)  Microsoft Office 2010 – Academic License № 60199945 от 08.11.2011 (бессрочно)  ООО «Консультант Плюс-СК», договор № 75869 от 30.12.2022 (сроком до 31.12.2023)  Radmin 3, договор № 1546 от 22.10.2018 (бессрочно)  Radmin 3, договор № 1719 от 20.11.2018 (бессрочно)  Платформа ВКР-ВУЗ, лицензионный договор № 9151/22 от 25.03.2022 (сроком на 1 год)  Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX, договор № SIO-932/2020 от 13.11.2020, договор № SIO-932/2021 от 08.11.2021, договор № SIO-932/2022 от 08.11.2022 (сроком на 1 год)  Программное обеспечение «Интернет-расширение информационной системы», лицензионный договор № 4061 на программное обеспечение от 28.03.2017 (бессрочно)  Foxit PDF Reader (свободно распространяемое программное обеспечение)  Яндекс.Браузер (свободно распространяемое программное обеспечение)</p>	
---	--

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. ИДНК обеспечивает печатными и/или электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
  - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
  - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
  - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
  - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
  - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
  - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),



- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**Приложение к рабочей программе дисциплины  
«МЕНЕДЖМЕНТ МАРКЕТИНГА»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ  
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ,  
ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В  
ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
ПК-9 Способен осуществлять тактическое управление (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне	ПК-9.4Формулирует теоретические основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности	<b>Знает:</b> основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности	Контрольные вопросы для устного опроса на тему: Выполнения рефератов.	Контрольные вопросы для устного опроса на зачёте. Тестовые задания
		<b>Умеет:</b> применять основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности	Практическое занятие к теме № 1-4. Тестовые задания	Контрольные вопросы для устного опроса на зачёте.
		<b>Владеет:</b> основами тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности	Практическое занятие к теме № 4-9. Тестовые задания	Контрольные вопросы для устного опроса на зачёте.

		деятельности		
	ПК-9.5 Определяет особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне	<b>Знает:</b> особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне	Контрольные вопросы для устного опроса Выполнения рефератов.	Контрольные вопросы для устного опроса на зачёте. Тестовые задания
		<b>Умеет:</b> определять особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне	Практическое занятие к теме № 1-5. Тестовые задания	Контрольные вопросы для устного опроса на зачёте.
		<b>Владеет:</b> методикой разработк и и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне	Практическое занятие к теме № 5-9. Тестовые задания	Контрольные вопросы для устного опроса на зачёте.

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

### 2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице.

Оценочные средства	Организация деятельности обучающегося
Участие в дискуссии	<p><b>Дискуссия</b>- оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: всестороннее обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставлении информации, идей, мнений, предложений по дисциплине.</p> <p>Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить научную и учебную литературу, составить тезисы. Оцениваются умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемой проблеме, последовательно, четко и логически стройно излагать свою позицию, аргументировать основные положения и выводы, использовать научную литературу.</p> <p>Уровень умений обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в разделе 3 Фонда оценочных средств.</p>
Выполнение практических/творческих заданий	<p><b>Практические/творческих задания</b>– письменная форма работы обучающегося, предполагает умение выделять главное в исследуемой проблеме, устанавливать причинно-следственные связи, способности к систематизации основных проблем юриспруденции, демонстрирует способность решить поставленную задачу, направленную на самостоятельный мыслительный поиск решения проблемы, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.</p> <p>По характеру выполняемых обучающимися заданий практические задания могут быть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов (изучение и анализ первоисточников);</li> <li>- практико-ориентированные задания, связанные с получением навыков применения теоретических знаний для решения практических профессиональных задач (решение ситуационных задач);</li> <li>- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач (составление схем, таблиц).</li> </ul> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: проверку выполненных практических заданий, их</p>

	<p>защита на семинаре (практическом занятии) или в индивидуальной беседе с преподавателем.</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в разделе 3 Фонда оценочных средств.</p>
Решение ситуационных задач	<p><b>Решение ситуационных задач</b> – письменная форма работы обучающегося, предполагает выработку у студентов способности понимать смысл закона и навыков его применения к конкретным правоотношениям.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценка правильности решения задач, разбор результатов на практическом занятии или в индивидуальной беседе с преподавателем (если выполнялась работа во внеаудиторное время): кратко изложить ее содержание, объяснить суть возникшего спора, кратко разобрать и оценить доводы участников соответствующего спора и обосновать со ссылками на научную литературу собственное решение предложенной задачи. В случае вариативности решения задачи следует обосновать все возможные варианты решения.</p> <p>При оценке решения задач анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность применения терминологии, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки материала.</p> <p>Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить условия задачи и выделить среди них значимые фактические обстоятельства, затем определить проблематику, подлежащую решению в данной ситуации, после чего дать развернутые и теоретически обоснованные ответы на поставленные вопросы.</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в разделе 3 Фонда оценочных средств.</p>
Защита реферата на заданную тему	<p><b>Реферат</b> - это письменное краткое изложение статьи, книги или нескольких научных работ, научного труда, литературы по общей тематике; подразумевает раскрытие сущности исследуемой проблемы, включающее обращение к различным точкам зрения на вопрос.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: защиту материала темы (реферата), отстаивание собственного взгляда на проблему, демонстрацию умения свободно владеть материалом, грамотно формулировать мысли.</p> <p>Защита реферата проводится на семинаре (практическом занятии), и продолжается 10-15 минут.</p> <p>Обучающийся делает сообщение, в котором освещаются основные проблемы, дается анализ использованных источников, обосновываются сделанные выводы. После этого он отвечает на вопросы преподавателя и аудитории. Все оппоненты могут обсуждать и дополнять реферат, давать ему оценку, оспаривать некоторые положения и выводы.</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в разделе 3 Фонда оценочных средств.</p>
Устный опрос	<p><b>Устный опрос</b> - средство контроля усвоения учебного материала по темам занятий.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия</p>

	<p>включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме (индивидуально или фронтально).</p> <p>Показатели для оценки устного ответа: 1) знание материала; 2) последовательность изложения; 3) владение речью и профессиональной терминологией; 4) применение конкретных примеров; 5) знание ранее изученного материала; 6) уровень теоретического анализа; 7) степень самостоятельности; 8) степень активности в процессе; 9) выполнение регламента.</p> <p>Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить работы отечественных и зарубежных ученых по теме занятия, просмотреть последние аналитические отчеты и справочники, а также повторить лекционный материал.</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в разделе 3 Фонда оценочных средств.</p>
<p>Выполнение тестовых заданий</p>	<p><b>Тестовые задания</b> – это средство или система заданий, возрастающей трудности, специфической формы, позволяющая качественно и эффективно определить уровень и оценить структуру подготовленности тестируемого.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя:</p> <p>Показатели для оценки устного ответа: 1) знание лекционного и практического материала; 2) логичность и последовательность; 3) уровень теоретического анализа; 4) степень самостоятельности; 5) степень активности в процессе; 6) выполнение регламента.</p> <p>Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить работы отечественных и зарубежных ученых по темам дисциплины, просмотреть последние аналитические отчеты и справочники, а также повторить лекционный материал.</p> <p>Критерии и шкала оценки приведены в разделе 3 Фонда оценочных средств.</p>

## 2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

**Зачет** – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которого является комплексное оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Зачет для очной формы обучения проводится за счет часов, отведённых на изучение соответствующей дисциплины в 5 семестре.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку результатов текущего контроля успеваемости обучающегося в течение периода обучения по дисциплине.

Для получения зачета необходимо иметь оценки, полученные в рамках текущего контроля успеваемости, по каждой теме, предусмотренной дисциплиной.

В критерии итоговой оценки уровня подготовки обучающегося по дисциплине входят:

- уровень усвоения обучающимся материала, предусмотренного рабочей программой;
- уровень практических умений, продемонстрированных обучающимся при выполнении практических заданий;
- уровень освоения компетенций, позволяющих выполнять практические задания;
- логика мышления, обоснованность, четкость, полнота ответов.

Зачет для очно -заочной формы по дисциплине проводится в 6 семестре, включая в себя собеседование преподавателя обучающимися по контрольным вопросам. Контрольный вопрос – это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины.

Зачет для очно -заочной формы по дисциплине проводится в 4 семестре, включая в себя собеседование преподавателя обучающимися по контрольным вопросам. Контрольный вопрос – это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме дисциплины.

Ситуационная задача – это оценочное средство, включающее совокупность условий, направленных на решение практически значимой ситуации с целью формирования компетенций, соответствующих основным типам профессиональной деятельности.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку правильности решения задач, кратко изложить ее содержание, объяснить суть возникшего спора, кратко разобрать и оценить доводы участников соответствующего спора и обосновать со ссылками на нормативные акты собственное решение предложенной задачи. В случае вариативности решения задачи следует обосновать все возможные варианты решения.

Контрольные вопросы и ситуационные задачи к зачету доводятся до сведения студентов заранее.

### **3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ**

#### **Задания для текущего контроля успеваемости**

##### **3.1. Перечень контрольных вопросов для подготовки к устному опросу**

1. Перечислите основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности
2. Какие особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности применяются на региональном уровне
3. Маркетинг как интегрирующая функция управления организацией
4. Концепция продукта в управлении маркетингом
5. Стратегия поведения фирмы на рынке
6. Ценностно-ориентированные принципы управления маркетингом
7. Концептуально-регулирующие принципы
8. Принципы тактического анализа и проектирования
9. Формы организаций в структуре управления товарного рынка.
10. Подходы к управлению организацией.
11. Классификация концепций и подходов в менеджменте
12. Основные типы фирм малого бизнеса: венчурные, традиционалисты, сателлиты и мини-монополисты.
13. Характеристика среднего и крупного бизнеса
14. Структура управления маркетингом: достоинства и недостатки
15. Принятие решений в управлении маркетингом.
16. Методы стратегического анализа в управлении маркетингом.
17. Классификация основных методов получения информации в маркетинге
18. Принятие решений в управлении маркетингом

19. Содержание и структура стратегического управления фирмой  
 20. Миссия и цели фирмы.  
 21. Стратегическая цель предпринимательской деятельности. Общая схема планирования.  
 22. Организационная культура фирмы: особенности и структура и типы организационных культур

#### Критерии и шкала оценки устного опроса

Оценка	Критерии
<b>Отлично</b>	Выставляется обучающемуся, если изложение полученных знаний полное, в системе, в соответствии с требованиями рабочей программы на основе учебной, методической, дополнительной литературы, а также необходимых информационно – справочных систем; обучающийся понимает актуальность и научно-практическую значимость обсуждаемого вопроса; построение ответа на вопрос четкое, последовательное и грамотное; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами.
<b>Хорошо</b>	Выставляется обучающемуся, если изложение полученных знаний полное, в системе, в соответствии с требованиями рабочей программы на основе только учебной литературы и необходимых информационно – справочных систем; обучающийся понимает актуальность и научно-практическую значимость обсуждаемого вопроса; построение ответа на вопрос достаточно четкое, последовательное и грамотное; допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентами после указания преподавателя на них.
<b>Удовлетворительно</b>	Выставляется обучающемуся, если изложение полученных знаний неполное (на основе только учебной литературы), однако это не препятствует усвоению последующего программного материал; обучающийся частично понимает актуальность и научно-практическую значимость обсуждаемого вопроса; затрудняется при самостоятельном воспроизведении ответа; построение ответа непоследовательное и нечеткое; допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя.
<b>Неудовлетворительно</b>	Выставляется обучающемуся, если изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации; существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя, или обучающийся отказался от ответа на вопрос.

### 3.2. Темы рефератов

Написание и защита рефератов предполагает то, что обучающийся знает: способен осуществлять тактическое управление (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне, формулирует теоретические основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности, определяет особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне.



1. Перечислите основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности
2. Какие особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности применяются на региональном уровне
3. Эволюционное развитие маркетинга
4. Маркетинг как специфическая функция управления
5. Концепции управления маркетингом.
6. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.
7. Маркетинговый контроль.
8. Стратегия маркетинга в управлении предприятием.
9. Планирование в маркетинге.
10. Организационные структуры служб маркетинга.
11. Контроль и планирование в маркетинге.
12. Аналитическая составляющая в маркетинге
13. Маркетинговые исследования
14. Сбор и анализ маркетинговой информации для принятия решений.
15. . Планирование бюджета в маркетинге.
16. Процесс управления маркетингом на предприятии.
17. Основные требования к организации маркетинга на предприятии
18. Выбор типа организационной структуры службы маркетинга.
19. Деятельность и структура службы формирования спроса и стимулирования сбыта.
20. Процесс целеполагания в маркетинге
21. Стратегии в маркетинге
22. Стратегическое управление и маркетинг
23. Управление маркетинговыми коммуникациями.
24. . Общая характеристика этапов процесса управления маркетингом.
25. Контроллинг как функция управления маркетингом.
26. Задачи, права и ответственность сотрудников в системе управления маркетингом
27. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности предприятия

#### **Критерии и шкала оценки рефератов**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии</b>
<b>Отлично</b>	Выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
<b>Хорошо</b>	Выставляется обучающемуся, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
<b>Удовлетворительно</b>	Выставляется обучающемуся, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
<b>Неудовлетворительно</b>	Выставляется обучающемуся, если тема реферата не раскрыта,

### 3.3. Перечень практических заданий

#### Практическое задание 1

Сформулируйте цели маркетинга промышленной, торговой или иной фирмы (по Вашему выбору), выступающей на рынке товара N (выберите наиболее известный Вам товар), и разработайте перечень конкретных задач маркетинга данной фирмы на определенную перспективу. Одновременно дайте краткую характеристику рынку (монопольный, конкурентный, рынок продавца или рынок покупателя), определите масштаб операций (объем товарооборота) и долю данной фирмы на этом рынке.

#### Практическое задание 2

На основе блок-схемы функций маркетинга разработайте перечень конкретных функций каждого блока для определенной промышленной, торговой или иной фирмы (по Вашему выбору) в зависимости от выдвинутых Вами задач. Одновременно покажите взаимодействие маркетинга фирмы с государственными структурами и с консьюмеристским движением. В какой форме реализуются права продавца и обеспечиваются (данной фирмой) права покупателя; соблюдаются ли фирмой принципы социально-этического маркетинга; связаны ли с этим дополнительные затраты? Каким образом они компенсируются?

#### Практическое задание 3

Разработайте схему организации маркетинговой службы крупной или средней фирмы (любой отрасли) по одному из организационных типов (матричному, функциональному или комбинированному). Опишите функции каждого подразделения маркетинговой службы и функции его руководителя по координации их деятельности (для выбранного Вами типа и размера фирмы и ее позиции на рынке). Составьте схему структуры фирмы, выделите маркетинговые подразделения, покажите их связи и потоки информации.

#### Практическое задание 4

Оцените производственные возможности фирмы (основные средства, ведущее оборудование, производительность ведущего оборудования, мощность оборудования, коэффициент загрузки, годовая программа).

#### Практическое задание 5

Составьте план маркетингового исследования спроса на товар (по Вашему выбору). План должен предусматривать следующие требования:  
постановку задачи (оценку спроса или его прогноз, обоснованные гипотезы развития спроса, тип рынка);  
выбор метода сбора информации;  
выбор метода моделирования и прогнозирования.

#### Практическое задание 6

Из числа Ваших знакомых составьте экспертную группу для краткосрочного прогноза (месячного) цен на три товара по Вашему выбору на выбранном Вами типе рынка (муниципальном, частном, городском, сельскохозяйственном и т.д.). Присвойте каждому эксперту балл компетентности (знание рынка) и выведите средний балл (по формуле простой средней арифметической). Попросите их ответить на поставленный вопрос письменно и анонимно (не ознакомляя других экспертов). Ответы (по каждому

товару) ранжируйте. Постройте ряд распределения и исчислите его характеристики: квартили, моду, медиану. Отбросьте ответы, попавшие за пределы 1-го и 3-го квартилей, а экспертов, попавших в межквартильное расстояние, ознакомьте со всеми ответами. Разрешите им изменить мнение и проведите 2-й тур. Повторите все операции и исчислите среднюю величину ответов межквартильного расстояния, которое и будет считаться прогнозом. Через месяц проверьте его правильность.

### Практическое задание 7

Какие географические сегменты, приведенные в табл., выберут среднее предприятие с производственно-сбытовой мощностью в 3 млн. ед. в год и малое предприятие с мощностью в 500 тыс. ед.?

Таблица Параметры сегментов рынка

Сегменты	Емкость рынка, тыс. ед.	Число конкурентов	Их доля в сегменте, %	Средняя норма прибыли (в % к затратам)	Цена за ед., тыс. руб.
1	8500	5	90	50	100
2	6000	6	80	48	95
3	4500	2	40	55	98
4	1000	1	50	42	80

### Практическое задание 8

Разработайте анкету опроса мнения потребителей о качестве вашего товара (или качестве обслуживания в магазине). Попросите друзей заполнить анкету.

### Практическое задание 9

Рассчитайте емкость рынка некоего товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте - 875 тыс. чел.; уровень потребления на душу в базисном году составил 80 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цена вырастет на 3%); по данным обследования населения имеется 10 млн. ед. товара, причем физический износ составляет в среднем 40% наличия, а моральный - 10%. Известно, что нетоварное потребление этого товара достигает 25 млн. ед.

### Практическое задание 10

Фирма планирует выпускать наручные часы. Для проведения сегментации рынка использованы четыре признака с двумя градациями каждый: возраст (дети, взрослые); пол (мужской, женский); доход (высокий, низкий); род занятий, точнее, тип труда (умственный, физический).

Определите число сегментов с учетом “стирания” границ между неразличимыми группами.

### Критерии и шкала оценки практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если показано умение и практические навыки самостоятельно анализировать факты, события, явления; умения принимать значимые решения и их документально оформлять; устанавливать причинно-следственные связи, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.

<b>Хорошо</b>	Выставляется обучающемуся, если показано умение и практические навыки самостоятельно анализировать факты, события, явления, даны достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы в практическом задании; продемонстрировано умение принимать значимые решения и их документально оформлять, но отдельные положения недостаточно аргументировано увязываются; ответы недостаточно четкие.
<b>Удовлетворительно</b>	Выставляется обучающемуся, если даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при выполнении практического задания; частично показано умение и практические навыки самостоятельно анализировать факты, события, явления, правоотношения в их взаимосвязи и диалектическом развитии, документально оформлять юридически значимые решения; ответы нечеткие и без должной логической последовательности.
<b>Неудовлетворительно</b>	Выставляется обучающемуся, если задание, по существу, не выполнено.

### **3.4 Перечень контрольных вопросов для устного опроса на промежуточной аттестации**

**Зачет - 5 семестр ОФО, 6 семестр – ОЗФО, 3 курс - ЗФО**

При ответах на вопросы учитывается, что обучающийся знает: *способен осуществлять тактическое управление (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне, формулирует теоретические основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности, определяет особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне.*

1. Перечислите основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности
2. Какие особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности применяются на региональном уровне
  1. Задачи менеджмента маркетинга.
  2. Сфера менеджмента маркетинга.
  3. Концепции и средства менеджмента маркетинга
  4. Концепция продукта в управлении маркетингом
  5. Ценностно-ориентированные принципы управления маркетингом
  6. Концептуально-регулирующие принципы.
  7. Принципы тактического анализа и проектирования
  8. Организация в структуре товарного рынка
  9. Методы стратегического анализа в управлении маркетингом.
  10. Сущность технологии процесса управления маркетингом
  11. Содержание и структура стратегического управления фирмой
  12. Управление маркетингом
  13. Миссия и цели фирмы
  14. Оценка и анализ внутреннего потенциала фирмы
  15. Анализ внешней среды фирмы. Анализ внешней среды прямого воздействия.

16. Анализ внешней среды косвенного воздействия
17. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов
18. Анализ конкурентных преимуществ фирмы
19. Понятие и сущность стратегического управления.
20. Основные отличия в стратегическом и оперативном управлении маркетингом
21. Формы проявления кредитного и инвестиционного рисков при управлении маркетингом
22. Выбор стратегических целевых параметров деятельности фирмы
23. Виды конкурентных стратегий и их сущность.
24. Конкурентные стратегии фирмы
25. Комбинированные стратегии
26. Стратегия диверсификации
27. Позиционные стратегии фирмы
28. Выбор корпоративной стратегии фирмы
29. Критерии оценки сегмента рынка.
30. Стратегии выбора целевого рынка
31. Стратегия позиционирования
32. Стратегия существования товара
33. Продуктовая стратегия маркетинга
34. Матричный портфельный анализ
35. Товарные стратегии
36. Ценовые стратегии маркетинга.
37. Стратегия распределения товара.
38. Стратегии продвижения товара.

#### **Критерии и шкала оценки зачёта**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии</b>
<b>Зачтено</b>	Оценка «зачтено» ставится, если обучающийся получил оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и/или «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.
<b>Не зачтено</b>	Оценка «не зачтено» ставится, если обучающийся получил оценки «неудовлетворительно» и/или «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ.

### **3.5. Тесты для промежуточной аттестации**

Выполнение тестовых заданий предполагает то, что обучающийся: *способен осуществлять тактическое управление (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне, формулирует теоретические основы тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности, определяет особенности разработки и реализации тактического управления (банковскими, финансовыми, маркетинговыми) процессами организации хозяйственной деятельности на региональном уровне.*

#### **1. Что является сущностью процесса обмена между поставщиком и потребителем?**

- а. Взаимная выгода.
- б. Удовлетворенность потребителя.
- в. Отсутствие разрыва между ожиданиями и впечатлениями у потребителя.

#### **2. Кого называют пользователями товаров/услуг?**

- а. Тех, кто совершает покупку или выделяет средства для оплаты товаров/услуг, но может

- их и не употреблять для своих потребностей и нужд.
- б. Тех, кто совершает покупку или выделяет средства для оплаты товаров/услуг и употребляет их для своих потребностей и нужд.
  - в. Тех, кто использует товары/услуги, но не оплачивает их.

**3. Что можно сказать о зоне толерантности (расстоянии между приемлемым и желаемым качеством оказания услуги):**

- а. Зона толерантности остается неизменной, но она зависит от предоставляемого товара/услуги.
- б. Зона толерантности может меняться (сужаться или расширяться) в зависимости от обстоятельств.
- в. Зона толерантности зависит от времени и носит сезонный характер.

**4. К поведенческим критериям сегментирования относятся:**

- а. Тип личности.
- б. Интенсивность потребления.
- в. Образ жизни.

**5. Какой тип принятия решения проблем потребителем о покупке является самым сложным?**

- а. Решение рутинных проблем.
- б. Решение ограниченных проблем.
- в. Решение неограниченных проблем.

**6. Специализированные, панельные и заказные данные относятся к:**

- а. Первичным данным.
- б. Вторичным данным.
- в. Внутренним и внешним данным.

**7. Какой из методов маркетинговых исследований не относится к количественным методам?**

- а. Опросы.
- б. Анкетирование.
- в. Глубинные интервью.

**8. Что не относится к качественным методам маркетинговых исследований?**

- а. Фокус-группы.
- б. Отчеты об объемах продаж.
- в. Наблюдения.

**9. Кто является автором метода «Маркетинг во время прогулки»?**

- а. Том Питерс.
- б. Питер Друкер.
- в. Филип Котлер.

**10. Маркетинг «ниши» это:**

- а. Дифференцированное нацеливание.
- б. Концентрированное нацеливание
- в. Кастомизация.

**11. Что понимается под сущностью товара?**

- а. Физические характеристики товара.

- б. Выгоды, которые потребитель получает от использования физических характеристик товара.
- в. Возможность решения проблем и удовлетворения потребностей потребителя.

**12. Что такое жизненный цикл товара?**

- а. Время, которое товар служит потребителю.
- б. Время, которое товар служит до переработки или вторичного использования.
- в. Временной период существования товара на рынке, начиная с этапа внедрения на рынок и заканчивая этапом спада и уходом с рынка.

**13. Какие параметры откладывают на вертикальной оси графика жизненного цикла товаров/услуг?**

- а. Показатель отдачи на вложенный капитал.
- б. Показатель эффективности использования активов.
- в. Прибыль.

**14. Какой вид стратегии относится к стратегиям, определенным Игорем Ансоффом в одноименной матрице?**

- а. Стратегия диверсификации.
- б. Стратегия интеграции.
- в. Стратегия маркетинга.

**15. Как в матрице Бостонской консультативной группы называют товары, которые могут принести прибыль, необходимую не только для их развития, но и для поддержки товаров входящих/уходящих с рынка?**

- а. Звезды.
- б. Дойные коровы.
- в. Трудные вопросы.

**16. Применимо ли к бренду понятие жизненного цикла?**

- а. Применимо.
- б. Неприменимо.
- в. Применимо только к отдельным брендам.

**17. Для определения цены на товары/услуги необходимо учитывать:**

- а. понесенные затраты, уровень цен конкурентов, ожидания потребителей.
- б. Себестоимость, рентабельность, отдачу на использованный капитал.
- в. Постоянные затраты, переменные затраты, цели организации, интересы акционеров.

**18. Что относится к преимуществам стратегии снятия сливок?**

- а. Увеличение объемов продаж будет способствовать уменьшению удельных затрат
- б. Экономические кризисы будут меньше влиять на уровень спроса на товар.
- в. Высокая цена способствует высокой прибыли и более быстрому покрытию затрат на разработку и внедрение.

**19. Что относится к недостаткам стратегии проникновения на рынок?**

- а. На этапе внедрения во время экономического кризиса потребители могут воздержаться от приобретения товара.
- б. При высоком спросе на этапе внедрения в случае ограничения производственных мощностей возможны недопоставки товара и потеря лояльности потребителей.
- в. Низкий уровень продаж на этапе вывода товара на рынок может повлечь за собой

низкий уровень прибыли и длительный период возмещения первоначальных затрат.

**20. Что понимается под термином «целевая аудитория»?**

- а. Конечные потребители (пользователи).
- б. Покупатели и пользователи.
- в. Покупатели, пользователи и группы влияния.

**21. Что относится к основным элементам классической модели коммуникаций?**

- а. Отправитель, кодирование, сообщение, средство коммуникации, декодирование, получатель, обратная связь, шум.
- б. Входные ресурсы, отправитель, процесс преобразования, результат, получатель.
- в. Определение проблемы, анализ проблемы, выводы, принятие решений, доведение решений до исполнителей, мониторинг, действия по результатам мониторинга.

**22. Что не относится к безличным средствам коммуникации?**

- а. Торговые выставки и ярмарки.+
- б. Реклама в СМИ.
- в. Билборды.

**23. Стратегия проталкивания товара – это мероприятия направленные на:**

- Продвижение товара конечным потребителям.
- Продвижение товара через каналы распределения.
- Продвижение товара через различные средства коммуникации.

**24. Согласно модели Портера в конкурентное окружение входят следующие силы:**

- а. Рыночная власть конкурентов, новых игроков, потребителей, поставщиков, товаров-заменителей.
- б. Рыночная власть конкурентов, потребителей, пользователей, клиентов, товаров-субститутов.
- в. Рыночная власть конкурентов, потребителей, дилеров, дистрибуторов, оптовиков.

**26. Компания «Братья Бейкер» выпустили на рынок круглый торт, состоящий из восьми отдельных кусочков, размещенных на тарталетке с полоской ламинированного картона для легкого извлечения их упаковки. Через год, после бурного роста продаж этого продукта московский хлебобулочный комбинат «Коломенское» вывел на рынок аналогичный продукт- торт «Вечерняя тайна». Что не учли в компании «Братья Бейкер»?**

- а. Увеличение ценности продукта для потребителей
- б. Отстройку от конкурентов (дифференциацию)
- в. Неустойчивость предложенного конкурентного преимущества.

**27. Что не относится к экономическим факторам внешней среды?**

- а. Характер спроса.
- б. Инфляция.
- в. Глобализация.

**28. Какие недостатки имеются в использовании посредников в каналах распределения? На что могут влиять посредники, ухудшая положение производителей?**

- а. Изменять уровень контроля над товаром, прибыль и информацию.
- б. Корректировать доступ к собственным контактам.



в. Перераспределять риски за товары на складах.

**29. Что означает аббревиатура SMARTсодержащая требования к постановки целей?**

**То есть цели должны быть:**

- а. Ясными, четкими, соответствовать целям организации, соответствовать с целями потребителей, соответствовать с целями исполнителей.
- б. Конкретными, измеримыми, достижимыми, согласованными, определенными во времени.
- в. Утвержденными, согласованными со всеми заинтересованными лицами, финансово, материально и ресурсно подкрепленными.

**30. Для чего нужен SWOT-анализ?**

- а. Для выявления сильных и слабых сторон организации, а также благоприятных и неблагоприятных факторов внешней среды.
- б. Для выявления сильных и слабых сторон организации, а также возможных стратегий организации и угроз внешней среды.
- в. Для анализа положения организации в конкурентном окружении.

**31. Когда используется SWOT-анализ?**

- а. После проведения анализа внешней и внутренней среды организации.
- б. Перед проведением анализа внешней и внутренней среды организации.
- в. На этапе разработки возможных стратегий организаций.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ.