МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____Сенченко П.В.
«22» _____02_____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **09.03.03 Прикладная информатика**
Направленность (профиль) / специализация: **Прикладная информатика в экономике**
Форма обучения: **заочная**
Факультет: **Заочный и вечерний факультет (ЗиВФ)**
Кафедра: **Кафедра автоматизированных систем управления (АСУ)**
Курс: **4, 5**
Семестр: **8, 9, 10**
Учебный план набора 2023 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	8 семестр	9 семестр	10 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	4	2		6	часов
Лабораторные занятия	4	4		8	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	4	4		8	часов
Самостоятельная работа	28	60		88	часов
Контрольные работы		2		2	часов
Подготовка и сдача зачета		4		4	часов
Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию)	36	72	0	108	часов
				3	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр	Количество
Контрольные работы	9	1
Зачет с оценкой	10	

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 22.02.2023
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 69971

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Цель курса заключается в освоении студентами современных концепций маркетинга и формировании способности применять маркетинговые инструменты на практике.

1.2. Задачи дисциплины

1. Освоить основные концепции и положения маркетинга.
2. Разработать маркетинговый план, сегментировать рынок и выбрать целевую аудиторию.
3. Правильно продвигать товар, используя современные методы и технологии.
4. Понимать основные функции маркетинга в компании.
5. Знать процесс принятия потребителем решения о покупке.
6. Проводить качественные и количественные маркетинговые исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).
Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.
Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля) (major).
Индекс дисциплины: Б1.В.01.14.
Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):
Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные компетенции		

Согласована на портале № 69971

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики сбора и обработки информации, актуальные российские и зарубежные источники информации для решения поставленных задач, а также методы системного анализа	Знает для решения задач по маркетинговым исследованиям различные методики сбора и обработки информации, в том числе и из зарубежных источников информации
	УК-1.2. Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников	Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации для осуществления различных видов маркетингового анализа
	УК-1.3. Владеет методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач; способен генерировать различные варианты решения поставленных задач	Владеет при решении задач в маркетинговых исследованиях различными методами поиска, сбора и обработки информации, методикой системного подхода
Общепрофессиональные компетенции		
-	-	-
Профессиональные компетенции		
-	-	-

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры		
		8 семестр	9 семестр	10 семестр
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	16	8	8	0
Лекционные занятия	6	4	2	
Лабораторные занятия	8	4	4	
Контрольные работы	2		2	
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	88	28	60	0
Подготовка к лабораторной работе, написание отчета	40	20	20	

Согласована на портале № 69971

Подготовка к тестированию	28	8	20	
Подготовка к контрольной работе	20		20	
Подготовка и сдача зачета	4		4	
Общая трудоемкость (в часах)	108	36	72	0
Общая трудоемкость (в з.е.)	3	1	2	0

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Названия разделов (тем) дисциплины	Лек. зан., ч	Лаб. раб.	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
8 семестр					
1 Основные понятия, исследования и анализ	2	4	16	22	УК-1
2 Коммуникации, товары, бренд	2	-	12	14	УК-1
Итого за семестр	4	4	28	36	
9 семестр					
3 Стратегии, маркетинговый план	2	4	60	68	УК-1
Итого за семестр	2	4	60	66	
10 семестр					
4 Интернет-маркетинг	-	-	-	0	УК-1
Итого за семестр	0	0	0	0	
Итого	6	8	88	102	

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

Названия разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)	Трудоемкость (лекционные занятия), ч	Формируемые компетенции
8 семестр			
1 Основные понятия, исследования и анализ	Маркетинговые исследования. Поведение потребителей	1	УК-1
	Анализ внешней среды	1	УК-1
	Итого	2	
2 Коммуникации, товары, бренд	Маркетинговые коммуникации	1	УК-1
	Товары. Продуктовая стратегия компании. Брендинг.	1	УК-1
	Итого	2	
	Итого за семестр	4	
9 семестр			
3 Стратегии, маркетинговый план	Интернет-маркетинг, стратегии маркетингового плана	2	УК-1
	Итого	2	
	Итого за семестр	2	

Согласована на портале № 69971

10 семестр			
4 Интернет-маркетинг	Виды интернет-маркетинга	-	УК-1
	Итого	-	
Итого за семестр		-	
Итого		6	

5.3. Контрольные работы

Виды контрольных работ и часы на контрольные работы приведены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Контрольные работы

№ п.п.	Виды контрольных работ	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
9 семестр			
1	Контрольная работа	2	УК-1
Итого за семестр		2	
Итого		2	

5.4. Лабораторные занятия

Наименование лабораторных работ приведено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Наименование лабораторных работ

Названия разделов (тем) дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
8 семестр			
1 Основные понятия, исследования и анализ	Диаграмма связей (Mind Map). "Голубой океан" или "фиолетовая корова"	4	УК-1
	Итого	4	
Итого за семестр		4	
9 семестр			
3 Стратегии, маркетинговый план	Традиционный маркетинг и интернет-маркетинг	4	УК-1
	Итого	4	
Итого за семестр		4	
Итого		8	

5.5. Практические занятия (семинары)

Не предусмотрено учебным планом

5.6. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.7. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.7.

Таблица 5.7. – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов (тем) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
8 семестр				

Согласована на портале № 69971

1 Основные понятия, исследования и анализ	Подготовка к лабораторной работе, написание отчета	12	УК-1	Лабораторная работа
	Подготовка к тестированию	4	УК-1	Тестирование
	Итого	16		
2 Коммуникации, товары, бренд	Подготовка к лабораторной работе, написание отчета	8	УК-1	Лабораторная работа
	Подготовка к тестированию	4	УК-1	Тестирование
	Итого	12		
Итого за семестр		28		
9 семестр				
3 Стратегии, маркетинговый план	Подготовка к лабораторной работе, написание отчета	20	УК-1	Лабораторная работа
	Подготовка к тестированию	20	УК-1	Тестирование
	Подготовка к контрольной работе	20	УК-1	Контрольная работа
	Итого	60		
Итого за семестр		60		
	Подготовка и сдача зачета	4		
Итого		92		

5.8. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.8.

Таблица 5.8 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Формируемые компетенции	Виды учебной деятельности			Формы контроля
	Лек. зан.	Лаб. раб.	Сам. раб.	
УК-1	+	+	+	Зачёт с оценкой, Контрольная работа, Лабораторная работа, Тестирование

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Маркетинг: Учебное пособие / М. А. Афонасова - 2015. 106 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/5564.

7.2. Дополнительная литература

Согласована на портале № 69971

1. Диденко, Николай Иванович. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк ; рец.: Г. Л. Багиев, В. И. Черенков. - Электрон. текстовые дан. - М. : Юрайт, 2019. - 409 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/viewer/mezhdunarodnyy-marketing-431984#page/1.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Маркетинг: Методические рекомендации по практическим занятиям и самостоятельной работе / М. А. Афонасова - 2018. 38 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8273.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для лабораторных работ

Учебная вычислительная лаборатория: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы; 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 401 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Компьютер Depo;
- Системный блок iRU Corp MT312 P G4620 3.7ГГц/4Гб RAM/500Гб;
- HDD/WiFi (15 шт.);
- Монитор BenQ GL2250 (15 шт.);
- Проектор Acer X125H DLP;
- Видеокамера (2 шт.);
- Точка доступа WiFi;

Согласована на портале № 69971

- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:
- LibreOffice;
- Microsoft PowerPoint Viewer;
- Microsoft Windows 7 Pro;
- Microsoft Word Viewer;

8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:
- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:
- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:
- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

8.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

Согласована на портале № 69971

Названия разделов (тем) дисциплины	Формируемые компетенции	Формы контроля	Оценочные материалы (ОМ)
1 Основные понятия, исследования и анализ	УК-1	Лабораторная работа	Темы лабораторных работ
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
2 Коммуникации, товары, бренд	УК-1	Лабораторная работа	Темы лабораторных работ
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
3 Стратегии, маркетинговый план	УК-1	Контрольная работа	Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ
		Лабораторная работа	Темы лабораторных работ
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
4 Интернет-маркетинг	УК-1	Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

Оценка	Баллы за ОМ	Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения		
		знать	уметь	владеть
2 (неудовлетворительно)	< 60% от максимальной суммы баллов	отсутствие знаний или фрагментарные знания	отсутствие умений или частично освоенное умение	отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков
3 (удовлетворительно)	от 60% до 69% от максимальной суммы баллов	общие, но не структурированные знания	в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение	в целом успешное, но не систематическое применение навыков
4 (хорошо)	от 70% до 89% от максимальной суммы баллов	сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков
5 (отлично)	≥ 90% от максимальной суммы баллов	сформированные систематические знания	сформированное умение	успешное и систематическое применение навыков

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Согласована на портале № 69971

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

Оценка	Формулировка требований к степени компетенции
2 (неудовлетворительно)	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне **ориентирования**, представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения.
3 (удовлетворительно)	Знать и уметь на **репродуктивном** уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.
4 (хорошо)	Знать, уметь, владеть на **аналитическом** уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения.
5 (отлично)	Знать, уметь, владеть на **системном** уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины.

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

1. Каковы основные методы принятия маркетинговых решений?
   а) методы, основанные на суждениях;
   б) логические и экспериментальные;
   в) методы проб и ошибок г) количественные, экспертные.
2. Что представляет собой управленческое решение?
   а) это метод воздействия на управляемый объект;
   б) это способ минимизации затрат предприятия;
   в) это планирование и контроль управленческих функций;
   г) это выбор альтернативы, осуществляемый руководителем в рамках его должностных полномочий.
3. Что лежит в основе количественных методов принятия решений?
   а) финансово- экономический анализ;
   б) логические построения;
   в) сравнительный анализ альтернатив;
   г) выбор оптимальных решений путем обработки с помощью компьютера больших массивов информации.
4. От чего зависит качество принимаемых маркетинговых решений?
   а) от технологии принятия и механизма реализации решений;
   б) от уровня организации бизнес-процессов;
   в) от качества планирования;
   г) от уровня заработной платы сотрудников.
5. Что такое «методы принятия управленческих решений»?
   а) это инструменты психологического воздействия на объект управления;
   б) это конкретные способы, с помощью которых может быть решена проблема;
   в) это способы снижения напряженности в коллективе;
   г) это способы планирования будущего.
6. Выберите правильное утверждение.
   а) маркетинг – основа для принятия управленческих решений;
   б) маркетинг не обязательно использовать в процессе управления производственной

Согласована на портале № 69971

деятельностью;
в) маркетинговые решения относятся к разряду краткосрочных и оперативных;
г) корпоративная и маркетинговая стратегии не связаны между собой.

7. Какими должны быть маркетинговые решения?
   а) оперативными плановыми;
   б) соответствующими маркетинговой стратегии;
   в) экономичными.
8. Какие маркетинговые функции включает в себя управление производственной деятельностью?
   а) управление информационными потоками;
   б) регулирование трудовых отношений;
   в) анализ динамики спроса, анализ конкурентной среды;
   г) организация и нормирование труда.
9. Что лежит в основе планирования производственной деятельности?
   а) численность и квалификация персонала организации;
   б) номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции;
   в) маркетинговое исследование рынка;
   г) качество имеющихся ресурсов.
10. Каковы основные этапы принятия маркетинговых решений?
    а) выявление проблемы, сбор информации;
    б) финансовый анализ подразделений организации;
    в) определение жизненного цикла товара, анализ конкурентов;
    г) регулирование и контроль бизнес-процесов.
11. Что представляет собой стратегический анализ?
    а) анализ административных и экономических рычагов управления;
    б) использование комплекса стратегических решений для повышения рыночной устойчивости предприятия;
    в) наиболее рациональное использование потенциала организации;
    г) комплексное исследование факторов, которые могут повлиять на положение предприятия в перспективе, а также путей достижения стратегических целей предприятия.
12. Что является результатом стратегического анализа?
    а) выявленные тенденции развития финансового рынка;
    б) мероприятия по минимизации затрат организации;
    в) меры по снижению уровня рыночной конкуренции;
    г) выявленные благоприятные и неблагоприятные факторы внешней среды, влияющие на динамику организации.
13. От чего зависит качество маркетинговой стратегии?
    а) от квалификации персонала организации;
    б) от уровня мотивации сотрудников организации;
    в) от уровня затрат на маркетинг г) от качества и взаимосвязи элементов стратегии.
14. Каковы основные этапы разработки маркетинговой стратегии организации?
    а) целеполагание, разработка стратегии, оценка результатов;
    б) организация и координация маркетинговой деятельности;
    в) подбор персонала для маркетинговой службы, контроль;
    г) организация и контроль бизнес-процессов.
15. Как бы Вы определили конкурентоспособность организации?
    а) это свойство, характеризующее качество выпускаемой продукции;
    б) это способность организации обеспечивать прибыльную работу;
    в) это способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам;
    г) это свойство, характеризующее финансово-экономическую устойчивость организации.
16. Какие методы оценки конкурентоспособности организации Вы знаете?
    а) методы, основанные на оценке рыночной стоимости организации;
    б) методы оценки интеллектуальных продуктов;
    в) методы, основанные на ассортиментных различиях;
    г) методы оценки уровня обслуживания клиентов.

Согласована на портале № 69971

9.1.2. Перечень вопросов для зачета с оценкой

1. Что представляет собой стратегический анализ?
   а) анализ административных и экономических рычагов управления;
   б) использование комплекса стратегических решений для повышения рыночной устойчивости предприятия;
   в) наиболее рациональное использование потенциала организации;
   г) комплексное исследование факторов, которые могут повлиять на положение предприятия в перспективе, а также путей достижения стратегических целей предприятия.
2. Что является результатом стратегического анализа?
   а) выявленные тенденции развития финансового рынка;
   б) мероприятия по минимизации затрат организации;
   в) меры по снижению уровня рыночной конкуренции;
   г) выявленные благоприятные и неблагоприятные факторы внешней среды, влияющие на динамику организации.
3. От чего зависит качество маркетинговой стратегии?
   а) от квалификации персонала организации;
   б) от уровня мотивации сотрудников организации;
   в) от уровня затрат на маркетинг г) от качества и взаимосвязи элементов стратегии.
4. Каковы основные этапы разработки маркетинговой стратегии организации?
   а) целеполагание, разработка стратегии, оценка результатов;
   б) организация и координация маркетинговой деятельности;
   в) подбор персонала для маркетинговой службы, контроль;
   г) организация и контроль бизнес-процессов.
5. Как бы Вы определили конкурентоспособность организации?
   а) это свойство, характеризующее качество выпускаемой продукции;
   б) это способность организации обеспечивать прибыльную работу;
   в) это способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам;
   г) это свойство, характеризующее финансово-экономическую устойчивость организации.
6. Какие методы оценки конкурентоспособности организации Вы знаете?
   а) методы, основанные на оценке рыночной стоимости организации;
   б) методы оценки интеллектуальных продуктов;
   в) методы, основанные на ассортиментных различиях;
   г) методы оценки уровня обслуживания клиентов.

9.1.3. Темы лабораторных работ

1. Диаграмма связей (Mind Map). "Голубой океан" или "фиолетовая корова"
2. Традиционный маркетинг и интернет-маркетинг

9.1.4. Примерный перечень вариантов (заданий) контрольных работ

1. Методы и инструменты маркетинговых исследований.
2. Сущность и роль брендинга.
3. Планирование маркетинговой деятельности.
4. Процесс управления брендом.
5. Методы принятия решений по управлению производственной и маркетинговой деятельностью предприятия.

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно

Согласована на портале № 69971

обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном журнале по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.4.

Таблица 9.4 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной форме;

– в печатной форме с увеличенным шрифтом;

– в форме электронного документа;

– методом чтения ассистентом задания вслух;

– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

Согласована на портале № 69971

– письменно на бумаге;
– набор ответов на компьютере;
– набор ответов с использованием услуг ассистента;
– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:
– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 69971

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АСУ
протокол № 1 от «24» 1 2023 г.

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Инициалы, фамилия	Подпись
Заведующий выпускающей каф. АСУ	В.В. Романенко	Согласовано, c3e2018f-3231-48c3-b093-89b6f5342191
Заведующий обеспечивающей каф. АСУ	В.В. Романенко	Согласовано, c3e2018f-3231-48c3-b093-89b6f5342191
И.О. начальника учебного управления	И.А. Лариошина	Согласовано, c3195437-a02f-4972-a7c6-ab6ee1f21e73
Декан ЗиВФ	И.В. Осипов	Согласовано, 126832c4-9aa6-45bd-8e71-e9e09d25d010

ЭКСПЕРТЫ:

Доцент, каф. АСУ	А.И. Исакова	Согласовано, 79bf1038-9d22-4279-a1e8-7806307b7f82
Заведующий кафедрой, каф. АСУ	В.В. Романенко	Согласовано, c3e2018f-3231-48c3-b093-89b6f5342191

РАЗРАБОТАНО:

Профессор, каф. АСУ	С.М. Левин	Разработано, 088cf2ac-6ddc-4f18-9dd6-acbe2d16ca6f

Согласована на портале № 69971