МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР и МД
_____Сенченко П.В.
«11» _____12_____ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки / специальность: **27.04.05 Инноватика**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление наукоемкими проектами и технологическое предпринимательство**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Передовая инженерная школа «Электронное приборостроение и системы связи» (ПИШ)**
Кафедра: **передовая инженерная школа (ПИШ)**
Курс: **2**
Семестр: **3**
Учебный план набора 2025 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	3 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	18	18	часов
Самостоятельная работа	108	108	часов
Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию)	144	144	часов
	4	4	з.е.

Формы промежуточной аттестации	Семестр
Зачет с оценкой	3

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР и МД
Дата подписания: 11.12.2024
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 82061

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Формирование у обучающихся комплекса знаний и практических навыков по проведению маркетинговых кампаний и использованию их результатов для разработки планов продаж, организационных изменений и достижения поставленных стратегических целей.

1.2. Задачи дисциплины

1. Изучение технологий оценки потенциала рынка, маркетинговых исследований и продаж.
2. Приобретение умений по выявлению проблем, определению целей и задач, объектов и направлений исследований, формулированию рабочих гипотез исследований.
3. Обеспечение понимания обучающимися ключевых техник взаимодействия между заинтересованными сторонами в процессе продаж.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).
Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.
Модуль дисциплин: Модуль профессиональной подготовки (major).
Индекс дисциплины: Б1.В.01.ДВ.03.06.
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		
-	-	-
Общепрофессиональные компетенции		
-	-	-
Профессиональные компетенции		

Согласована на портале № 82061

ПК-4. Способен разрабатывать план управления документацией и план управления проектом, формировать план финансирования проекта, план доходов организации, связанных с выполнением проекта в области ИТ малого и среднего уровня сложности, определять перечень рисков проекта, согласовывать и утверждать план управления проектом с заинтересованными сторонами проекта	ПК-4.1. Знает подходы к разработке планов управления документацией и планов управления проектом	Знать способы разработки планов управления проектом и способы продвижения продуктов/услуг
	ПК-4.2. Умеет формировать план финансирования проекта, план доходов организации, связанных с выполнением ИТ-проекта	Уметь формировать финансовый план маркетинговой кампании и организационный план для различного типа проектов, в том числе и ИТ-проектов
	ПК-4.3. Владеет технологиями определения перечня рисков проекта, согласования и утверждения плана управления проектом с заинтересованными сторонами	Владеть методиками оценки рисков проекта, согласовывать и утверждать план продаж

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 4 зачетных единиц, 144 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
		3 семестр
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	36	36
Лекционные занятия	18	18
Практические занятия	18	18
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	108	108
Подготовка к зачету с оценкой	36	36
Выполнение практического задания	46	46
Подготовка к тестированию	26	26
Общая трудоемкость (в часах)	144	144
Общая трудоемкость (в з.е.)	4	4

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	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
3 семестр					
1 Коммерческая деятельность	12	12	66	90	ПК-4

Согласована на портале № 82061

2 Реклама в местах продаж	6	6	42	54	ПК-4
Итого за семестр	18	18	108	144	
Итого	18	18	108	144	

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
3 семестр			

Согласована на портале № 82061

1 Коммерческая деятельность	Концепция маркетинга коммерции. Рынок — объективная основа коммерческой деятельности. Маркетинг коммерции. Специфика управления маркетингом в сфере инноваций. Социальная ориентация сетевого бизнеса. Специфика сферы услуг. Содержание сферы услуг. Механизм управления маркетингом услуг. Услуги аутсорсинга	2	ПК-4
	Внутрифирменное планирование. Технология планирования коммерческой деятельности. Бизнес□план — системный документ рыночной устойчивости. Оперативное планирование. План маркетинга и операционные программы. Организация материально□технического снабжения. Организационный механизм материального обеспечения. Планирование снабжения, обеспечение цехов и работа с поставщиками. Электронные закупки	2	ПК-4
	Ассортиментная политика. Порядок формирования ассортимента товаров. Структура товарного ассортимента. Категорийный менеджмент. Оценочные модели ассортимента (ABC□анализ и XYZ□анализ продукции). Коммерческая деятельность по сбыту товаров на предприятиях. Маркетинговая деятельность по сбыту готовой продукции. Ценовая политика сбыта с учетом конкурентной среды. Стимулирование сбыта в коммерции	4	ПК-4
	Организация оптовой торговли. Социально□экономическое содержание оптовой торговли. Мерчандайзинг. Методы планирования продаж и составление трейд□маркетингового бюджета. Розничная торговля. Структура, механизм и содержание розничной продажи. Система франчайзинга и практика организации сетевого ретейлинга. Стимулирование сбыта и продаж как инструмент интегрированных коммуникаций	4	ПК-4
	Итого	12	

Согласована на портале № 82061

2 Реклама в местах продаж	Реклама в местах продаж. Реклама в местах продаж, ее специфика. POS-материалы как фактор, влияющий на потребительское поведение. POS-материалы. Виды рекламы в местах продаж. Классификация POS-материалов в зависимости от организации когнитивных процессов. Упаковка и ее функции. Законодательные требования, предъявляемые к информации на упаковке. Особенности упаковки, определяющие ее эффективность	6	ПК-4
	Итого	6	
Итого за семестр		18	
Итого		18	

5.3. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 5.3.

Таблица 5.3. – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов (тем) дисциплины	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
3 семестр			
1 Коммерческая деятельность	Механизм управления маркетингом услуг	6	ПК-4
	Маркетинговая деятельность по сбыту готовой продукции. Ценовая политика сбыта с учетом конкурентной среды	6	ПК-4
	Итого	12	
2 Реклама в местах продаж	Разработка проекта и подхода по организации продаж наукоемкой продукции	6	ПК-4
	Итого	6	
Итого за семестр		18	
Итого		18	

5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

5.5. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.6. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6. – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

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

Согласована на портале № 82061

1 Коммерческая деятельность	Подготовка к зачету с оценкой	20	ПК-4	Зачёт с оценкой
	Выполнение практического задания	26	ПК-4	Практическое задание
	Подготовка к тестированию	20	ПК-4	Тестирование
	Итого	66		
2 Реклама в местах продаж	Подготовка к зачету с оценкой	16	ПК-4	Зачёт с оценкой
	Выполнение практического задания	20	ПК-4	Практическое задание
	Подготовка к тестированию	6	ПК-4	Тестирование
	Итого	42		
Итого за семестр		108		
Итого		108		

5.7. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.7.

Таблица 5.7 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Формируемые компетенции	Виды учебной деятельности			Формы контроля
	Лек. зан.	Прак. зан.	Сам. раб.	
ПК-4	+	+	+	Зачёт с оценкой, Практическое задание, Тестирование

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

6.1. Балльные оценки для форм контроля

Балльные оценки для форм контроля представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Балльные оценки

Формы контроля	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
3 семестр				
Зачёт с оценкой	5	10	15	30
Практическое задание	10	20	30	60
Тестирование	0	5	5	10
Итого максимум за период	15	35	50	100
Нарастающим итогом	15	50	100	100

6.2. Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Пересчет баллов в оценки за текущий контроль представлен в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Баллы на дату текущего контроля	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату ТК	5

Согласована на портале № 82061

От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату ТК	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату ТК	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату ТК	2

6.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 6.3.

Таблица 6.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 – 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 – 89	B (очень хорошо)
	75 – 84	C (хорошо)
	70 – 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 – 69	
	60 – 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/535957.

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 222 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/517296.

7.2. Дополнительная литература

1. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/533003 .

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/535942.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/535957 .

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;

Согласована на портале № 82061

– 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

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 практических занятий

Лекторий: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, 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. 47, 229/1 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Панель интерактивная Lumien со встраиваемым ПК
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows 10 Pro;
- PTC Mathcad 14;
- Smath Studio Desktop 0.98;

Лекторий: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, 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. 47, 229/2 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Панель интерактивная.
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

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, 101 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 107 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 130 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную

Согласована на портале № 82061

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

Названия разделов (тем) дисциплины	Формируемые компетенции	Формы контроля	Оценочные материалы (ОМ)
1 Коммерческая деятельность	ПК-4	Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой
		Практическое задание	Темы практических заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
2 Реклама в местах продаж	ПК-4	Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой
		Практическое задание	Темы практических заданий
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий

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

Согласована на портале № 82061

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.

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

Согласована на портале № 82061

1. Маркетинговая информация – это:
   а) любая экономическая информация;
   б) информация, необходимая для маркетинговых целей;
   в) любая внутрифирменная информация; г) статистические данные.
2. Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:
   а) внешней информацией;
   б) внутренней информацией;
   в) вторичной информацией;
   г) не являются маркетинговой информацией.
3. Наименее дорогим видом информации является:
   а) вторичная;
   б) информация, собранная в ходе анкетирования;
   в) информация, собранная в ходе интервьюирования;
   г) первичная.
4. Основное преимущество анкетирования перед интервьюированием заключается в:
   а) достоверности ответов;
   б) возможности формализации ответов и их обработки;
   в) экспертной подготовке вопросника;
   г) наличие разработанной анкеты.
5. Роль статистики в маркетинговом исследовании заключается:
   а) в возможности использования компьютерной техники;
   б) в возможности использования графиков и диаграмм;
   в) в обеспечении точности оценок и прогнозов, выявлении взаимосвязей;
   г) в возможности использования статистических пакетов прикладных программ.
6. Разведочное маркетинговое исследование предпринимается с целью:
   а) собрать информацию о предприятиях с закрытым режимом деятельности;
   б) собрать информацию о потребительских мнениях;
   в) собрать предварительную информацию для разработки методологии основного исследования;
   г) собрать информацию обо всех предприятиях, действующих на рынке.
7. Прогнозирование спроса заключается в:
   а) планировании объема продажи на последующий период;
   б) научном предсказании развития спроса с помощью статистического моделирования или экспертных оценок;
   в) разработке стратегической матрицы (решетки);
   г) систематизации данных после проведенного маркетингового исследования.
8. Вид маркетинговых исследований, к которому относятся исследования отношения к марке товара, называется …
   а) изучение рыночной конъюнктуры
   б) изучение каналов распределения
   в) изучение потребителей
   г) тестирование новых товаров
9. Систематический сбор и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг называется:
   а) панель;
   б) гипотеза;
   в) маркетинговое исследование;
   г) случайная выборка;
10. Конъюнктура рынка – это:
    а) емкость рынка;
    б) насыщенность рынка;
    в) ситуация на рынке, сложившаяся под воздействием комплекса факторов;
    г) внутрифирменная ситуация.

9.1.2. Перечень вопросов для зачета с оценкой

1. Модель покупательского поведения
2. Конкуренция в бизнесе. Виды конкурентных стратегий

Согласована на портале № 82061

3. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
4. Основные типы маркетинговых посредников.
5. Понятие рынка. Типы рынков. Оценка емкости рынка
6. Сущность, роль и функции стратегического маркетинга. Субъекты маркетинга.
7. Реклама: сущность, цели, виды. Основные средства рекламы.
8. PR как элемент маркетинговых коммуникаций
9. Методы организации продаж. Анализ лучших практик.
10. Подходы к планированию стратегии продаж и оценка эффективности.

9.1.3. Темы практических заданий

1. Виды и источники маркетинговой информации.
2. Сбор данных в маркетинговых исследованиях.
3. Разработка и реализация плана маркетинговых исследований.
4. Характеристика основных этапов проектирования выборки.
5. Характеристика основных этапов процесса маркетингового исследования.

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 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.

Для успешного изучения дисциплины "Технологии продаж и продвижения" самостоятельная работа является важным компонентом обучения, способствующим углублению знаний и развитию практических навыков.

Цели самостоятельной работы:

1. Углубление знаний о теоретических основах технологий оценки потенциала рынка, маркетинговых исследований и продаж.

2. Приобретение теоретических знаний и в части определения целей и задач, объектов и направлений исследований, формулированию рабочих гипотез исследований.

3. Формирование критического мышления и способности к самостоятельному поиску информации.

4. Приобретение навыков работы с техниками взаимодействия между заинтересованными сторонами в процессе продаж.

Виды самостоятельной работы студентов:

1. Проработка лекционного материала - это важный этап в обучении, который помогает

Согласована на портале № 82061

усвоить и закрепить знания. Ниже приведены рекомендации по эффективной работе с лекциями.

•□ □До лекции: предварительное ознакомление с темой лекции, составление вопросов по теме (это поможет сосредоточиться на важных моментах во время лекции).

•□ □После лекции: в течение 24 часов после лекции пересмотрите свои записи и дополните их, чтобы закрепить материал, систематизируйте информацию (выделите основные темы, подтемы и ключевые моменты, используйте цветовые маркеры или выделения для акцентирования важного).

2.□ □Подготовка к выполнению контрольных заданий. При подготовке к контрольным работам необходимо повторить пройденный материал, выполнить задания, используя материалы лекций и учебно-методического пособия, ознакомиться с темами для самостоятельного изучения.

3.□ □Самостоятельное изучение тем и дополнительной литературы.

4.□ □Подготовка к аттестации (зачет с оценкой). Для подготовки к аттестации используйте вопросы, размещенные в разделе "Типовые оценочные материалы" данной программы, а также тестовые задания.

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:

– письменно на бумаге;

– набор ответов на компьютере;

– набор ответов с использованием услуг ассистента;

– представление ответов устно.

Согласована на портале № 82061

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 № 82061

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ПИШ
протокол № 10 от « 7 » 12 2024 г.

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Инициалы, фамилия	Подпись
Заведующий выпускающей каф. ПИШ	А.С. Перин	Согласовано, a0f1668d-d020-4ff4-9a8a-4ff4e15b36fe
Заведующий обеспечивающей каф. ПИШ	А.С. Перин	Согласовано, a0f1668d-d020-4ff4-9a8a-4ff4e15b36fe
Начальник учебного управления	И.А. Лариошина	Согласовано, c3195437-a02f-4972-a7c6-ab6ee1f21e73

ЭКСПЕРТЫ:

Доцент, каф. АОИ	Ю.Б. Гриценко	Согласовано, ae20d83e-5ad0-4e2f-ba57-8412510a0b65
Заместитель директора по образованию, каф. Передовая инженерная школа "Электронное приборостроение и системы связи" им. А.В. Кобзева	Ю.В. Шульгина	Согласовано, ea49db22-c3de-481e-88a5-479145e4aa44

РАЗРАБОТАНО:

Доцент, каф. Передовая инженерная школа "Электронное приборостроение и системы связи" им. А.В. Кобзева	В.Ю. Цибульникова	Разработано, bbc9013e-1509-4582-b986-4eb4b832138c

Согласована на портале № 82061