

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

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

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор департамента по УР

Ким М.Ю.

«29» 10 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**МАРКЕТИНГ IT ПРОДУКТОВ И УСЛУГ**

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**

Направление подготовки / специальность: **09.03.03 Прикладная информатика**

Направленность (профиль) / специализация: **Прикладная информатика в цифровой экономике**

Форма обучения: **очная**

Факультет: **Факультет систем управления (ФСУ)**

Кафедра: **автоматизированных систем управления (АСУ)**

Курс: **4**

Семестр: **7**

Учебный план набора 2026 года

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности**

| Виды учебной деятельности          | 7 семестр | Всего | Единицы |
|------------------------------------|-----------|-------|---------|
| Лекционные занятия                 | 18        | 18    | часов   |
| Лабораторные занятия               | 36        | 36    | часов   |
| Самостоятельная работа             | 54        | 54    | часов   |
| Общая трудоемкость                 | 108       | 108   | часов   |
| (включая промежуточную аттестацию) | 3         | 3     | з.е.    |

**Формы промежуточной аттестации**

**Семестр**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Зачет с оценкой | 7 |
|-----------------|---|

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ким М.Ю.

Должность: Директор департамента по УР

Дата подписания: 29.10.2025

Уникальный программный ключ:

ed789cd8-2cc6-4431-a59e-8f386b1d44fa

Томск

Согласована на портале № 84000

## **1. Общие положения**

### **1.1. Цели дисциплины**

1. В рамках курса вы узнаете, как провести маркетинговые исследования, разработать маркетинговый план, сегментировать рынок и выбрать целевую аудиторию, а также как правильно продвигать товар, используя современные методы и технологии. Цель курса заключается в освоении студентами современных концепций маркетинга и формировании способности применять маркетинговые инструменты на практике.

### **1.2. Задачи дисциплины**

1. В результате обучения студенты должны: знать основные концепции и положения маркетинга, понимать основные функции маркетинга в компании, уметь разрабатывать маркетинговый план, знать процесс принятия потребителем решения о покупке, 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.02.14.

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 |
|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Универсальные компетенции</b> |                                   |                                               |

|                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 методики сбора и обработки информации, актуальные российские и зарубежные источники информации для решения поставленных задач по маркетинговым исследованиям               |
|                                                                                                                                      | 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, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников                              |
|                                                                                                                                      | 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 методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач в маркетинговых исследованиях |
| <b>Общепрофессиональные компетенции</b>                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                  |
| -                                                                                                                                    | -                                                                                                                                                                                                                               | -                                                                                                                                                                                |
| <b>Профессиональные компетенции</b>                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                  |
| -                                                                                                                                    | -                                                                                                                                                                                                                               | -                                                                                                                                                                                |

**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  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|
|                                                                                                                       |             | 7 семестр |
| <b>Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего</b>                                               | 54          | 54        |
| Лекционные занятия                                                                                                    | 18          | 18        |
| Лабораторные занятия                                                                                                  | 36          | 36        |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего</b> | 54          | 54        |
| Подготовка к зачету с оценкой                                                                                         | 18          | 18        |
| Подготовка к тестированию                                                                                             | 14          | 14        |
| Написание эссе                                                                                                        | 6           | 6         |
| Подготовка к лабораторной работе, написание отчета                                                                    | 16          | 16        |
| <b>Общая трудоемкость (в часах)</b>                                                                                   | 108         | 108       |

|                                    |          |          |
|------------------------------------|----------|----------|
| <b>Общая трудоемкость (в з.е.)</b> | <b>3</b> | <b>3</b> |
|------------------------------------|----------|----------|

## 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.<br>зан., ч | Лаб.<br>раб. | Сам.<br>раб., ч | Всего часов<br>(без<br>экзамена) | Формируемые<br>компетенции |
|-----------------------------------------------------|-----------------|--------------|-----------------|----------------------------------|----------------------------|
| <b>7 семестр</b>                                    |                 |              |                 |                                  |                            |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ           | 8               | 16           | 24              | 48                               | УК-1                       |
| 2 Коммуникации, товары, бренд                       | 4               | 8            | 12              | 24                               | УК-1                       |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | 6               | 12           | 18              | 36                               | УК-1                       |
| Итого за семестр                                    | 18              | 36           | 54              | 108                              |                            |
| Итого                                               | 18              | 36           | 54              | 108                              |                            |

### 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<br>(лекционные<br>занятия), ч | Формируемые<br>компетенции |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------|
| <b>7 семестр</b>                                    |                                                          |                                            |                            |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ           | Введение в маркетинг                                     | 1                                          | УК-1                       |
|                                                     | Маркетинговые исследования. Поведение потребителей       | 1                                          | УК-1                       |
|                                                     | Анализ внешней среды                                     | 2                                          | УК-1                       |
|                                                     | Маркетинговая стратегия и СТП                            | 2                                          | УК-1                       |
|                                                     | Интернет-маркетинг                                       | 2                                          | УК-1                       |
|                                                     | Итого                                                    | 8                                          |                            |
| 2 Коммуникации, товары, бренд                       | Маркетинговые коммуникации                               | 1                                          | УК-1                       |
|                                                     | Товары. Продуктовая стратегия компании                   | 2                                          | УК-1                       |
|                                                     | Брендинг                                                 | 1                                          | УК-1                       |
|                                                     | Итого                                                    | 4                                          |                            |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | Стратегия продвижения и планирование                     | 1                                          | УК-1                       |
|                                                     | Метрики маркетинга                                       | 2                                          | УК-1                       |
|                                                     | Маркетинг на специфических рынках                        | 1                                          | УК-1                       |
|                                                     | Планирование маркетинговой инициативы                    | 2                                          | УК-1                       |
|                                                     | Итого                                                    | 6                                          |                            |
| Итого за семестр                                    |                                                          | 18                                         |                            |
| Итого                                               |                                                          | 18                                         |                            |

### 5.3. Практические занятия (семинары)

Не предусмотрено учебным планом

### 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 |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------|-------------------------|
| <b>7 семестр</b>                                    |                                             |                 |                         |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ           | Диаграмма связей (Mind Map)                 | 4               | УК-1                    |
|                                                     | "Голубой океан" или "фиолетовая корова"     | 6               | УК-1                    |
|                                                     | Анализ рынка: обзор практик                 | 6               | УК-1                    |
|                                                     | Итого                                       | 16              |                         |
| 2 Коммуникации, товары, бренд                       | Традиционный маркетинг и интернет-маркетинг | 8               | УК-1                    |
|                                                     | Итого                                       | 8               |                         |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | Google Analytics                            | 6               | УК-1                    |
|                                                     | Яндекс Метрика                              | 6               | УК-1                    |
|                                                     | Итого                                       | 12              |                         |
| Итого за семестр                                    |                                             | 36              |                         |
| Итого                                               |                                             | 36              |                         |

### 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      |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------|-------------------------|---------------------|
| <b>7 семестр</b>                          |                                                    |                 |                         |                     |
| 1 Основные понятия, исследования и анализ | Подготовка к зачету с оценкой                      | 6               | УК-1                    | Зачёт с оценкой     |
|                                           | Подготовка к тестированию                          | 6               | УК-1                    | Тестирование        |
|                                           | Написание эссе                                     | 6               | УК-1                    | Эссе                |
|                                           | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 6               | УК-1                    | Лабораторная работа |
|                                           | Итого                                              | 24              |                         |                     |

|                                                     |                                                    |    |      |                     |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----|------|---------------------|
| 2 Коммуникации, товары, бренд                       | Подготовка к зачету с оценкой                      | 6  | УК-1 | Зачёт с оценкой     |
|                                                     | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 4  | УК-1 | Лабораторная работа |
|                                                     | Подготовка к тестированию                          | 2  | УК-1 | Тестирование        |
|                                                     | Итого                                              | 12 |      |                     |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | Подготовка к зачету с оценкой                      | 6  | УК-1 | Зачёт с оценкой     |
|                                                     | Подготовка к тестированию                          | 6  | УК-1 | Тестирование        |
|                                                     | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 6  | УК-1 | Лабораторная работа |
|                                                     | Итого                                              | 18 |      |                     |
| Итого за семестр                                    |                                                    | 54 |      |                     |
| Итого                                               |                                                    | 54 |      |                     |

### 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.                 | Лаб. раб. | Сам. раб. |                                                          |
| УК-1                    | +                         | +         | +         | Зачёт с оценкой, Лабораторная работа, Тестирование, Эссе |

## 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 |
|--------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------|
| <b>7 семестр</b>         |                                                |                                             |                                                           |                  |
| Зачёт с оценкой          | 10                                             | 10                                          | 10                                                        | 30               |
| Лабораторная работа      | 10                                             | 15                                          | 15                                                        | 40               |
| Тестирование             | 5                                              | 5                                           | 5                                                         | 15               |
| Эссе                     | 5                                              | 5                                           | 5                                                         | 15               |
| Итого максимум за период | 30                                             | 35                                          | 35                                                        | 100              |
| Нарастающим итогом       | 30                                             | 65                                          | 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      |
| 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                                                  | E (посредственно)       |
|                                      | 60 – 64                                                  |                         |
| 2 (неудовлетворительно) (не зачтено) | Ниже 60 баллов                                           | F (неудовлетворительно) |

## 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

1. Шацкая, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Шацкая. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 180 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/167584>.

### 7.3. Учебно-методические пособия

#### 7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Маркетинг: Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе / А. А. Кондратьева - 2018. 29 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/8473>.

#### 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**

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 Деро;
- 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;
- 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, 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 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 Основные понятия, исследование и анализ           | УК-1                    | Зачёт с оценкой     | Перечень вопросов для зачета с оценкой |
|                                                     |                         | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ                |
|                                                     |                         | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий    |
|                                                     |                         | Эссе                | Примерный перечень тем для эссе        |
| 2 Коммуникации, товары, бренд                       | УК-1                    | Зачёт с оценкой     | Перечень вопросов для зачета с оценкой |
|                                                     |                         | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ                |
|                                                     |                         | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий    |
| 3 Стратегии, маркетинговый план, интернет-маркетинг | УК-1                    | Зачёт с оценкой     | Перечень вопросов для зачета с оценкой |
|                                                     |                         | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ                |
|                                                     |                         | 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

| Оценка                     | Баллы за ОМ                                | Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения |                                                             |                                                                      |
|----------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
|                            |                                            | знать                                                                               | уметь                                                       | владеть                                                              |
| 2<br>(неудовлетворительно) | < 60% от максимальной суммы баллов         | отсутствие знаний или фрагментарные знания                                          | отсутствие умений или частично освоенное умение             | отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков              |
| 3<br>(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<br>(неудовлетворительно) | Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или<br>Знать на уровне <b>ориентирования</b> , 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<br>(удовлетворительно)   | Знать и уметь на <b>репродуктивном</b> уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.                                                                                                                                                                                           |
| 4 (хорошо)                 | Знать, уметь, владеть на <b>аналитическом</b> 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 <b>системном</b> 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 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-процессов.

### **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)
2. "Голубой океан" или "фиолетовая корова"
3. Анализ рынка: обзор практик
4. Традиционный маркетинг и интернет-маркетинг
5. Google Analytics
6. Яндекс Метрика

### **9.1.4. Примерный перечень тем для эссе**

1. Что я знаю о маркетинге в начале курса?
2. Мои ожидания от курса.
3. Что я знаю о маркетинге теперь?
4. Основа продуктовой стратегии.
5. SWOT-анализ и PEST-анализ.

## **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.

### **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.

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.

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АСУ  
протокол № 10 от «25» 10 2025 г.

### СОГЛАСОВАНО:

| Должность                          | Инициалы, фамилия | Подпись                                                  |
|------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------|
| Заведующий выпускающей каф. АСУ    | В.В. Романенко    | Согласовано,<br>с3e2018f-3231-48c3-<br>b093-89b6f5342191 |
| Заведующий обеспечивающей каф. АСУ | В.В. Романенко    | Согласовано,<br>с3e2018f-3231-48c3-<br>b093-89b6f5342191 |
| Начальник учебного управления      | Г.А. Цой          | Согласовано,<br>8a5745e4-63a0-4946-<br>bbb0-ce4977ac113e |

### ЭКСПЕРТЫ:

|                               |                |                                                          |
|-------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------|
| Доцент, каф. АСУ              | А.И. Исакова   | Согласовано,<br>79bf1038-9d22-4279-<br>a1e8-7806307b7f82 |
| Заведующий кафедрой, каф. АСУ | В.В. Романенко | Согласовано,<br>с3e2018f-3231-48c3-<br>b093-89b6f5342191 |

### РАЗРАБОТАНО:

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