



## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Волжский политехнический институт  
(филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

### Инженерно-экономический факультет

УТВЕРЖДЕНО

Инженерно-экономический факультет  
Декан Коваженков М.А.  
30.08.2023 г.

## Маркетинг

### рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Закреплена за кафедрой **Экономика и менеджмент**

Учебный план 38.03.01 Экономика

Профиль **Экономика и управление предприятием**

Квалификация **бакалавр**

Срок обучения **4 года**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: экзамены 3

| Семестр(Курс.Номер семестра на курсе) | 3(2.1) |     | Итого |    |
|---------------------------------------|--------|-----|-------|----|
|                                       | УП     | ПП  | УП    | ПП |
| Лекции                                | 32     | 32  | 32    | 32 |
| Практические                          | 32     | 32  | 32    | 32 |
| Итого ауд.                            | 64     | 64  | 64    | 64 |
| Контактная работа                     | 64     | 64  | 64    | 64 |
| Сам. работа                           | 80     | 80  | 80    | 80 |
| Часы на контроль                      | 36     | 36  | 36    | 36 |
| Практическая подготовка               | 0      | 0   | 0     | 0  |
| Итого трудоемкость в часах            | 180    | 180 | 0     | 0  |

## ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ И СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент, к.э.н., Гаврилова Оксана Александровна

Рецензент(ы):

(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

### **Маркетинг**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

составлена на основании учебного плана:

38.03.01 Экономика

Профиль: Экономика и управление предприятием

утвержденного учёным советом вуза от 31.05.2023 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры:

Экономика и менеджмент

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Водопьянова Наталья Александровна

**СОГЛАСОВАНО:**

Инженерно-экономический факультет

Председатель НМС факультета Коваженков М.А.

Протокол заседания НМС факультета № 1 от 30.08.2023 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ).<br/>ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Дисциплина "Маркетинг" ориентирована на формирование знаний, умений и навыков, необходимых для выполнения следующих обобщенных трудовых функций профессиональных стандартов: 08.037 "Бизнес-аналитик", (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25.09.2018 № 592н); 40.033 "Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства" (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609н) |

|                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Цикл (раздел) ОП:                                                                                                                                                                                                                             | Б1.О                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>2.1</b>                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>                                                                                                                                                                                         |
| 2.1.1                                                                                                                                                                                                                                         | Для изучения дисциплины "Маркетинг" необходимы знания, умения и навыки, формируемые следующими дисциплинами:                                                                                                                                         |
| 2.1.2                                                                                                                                                                                                                                         | Теория менеджмента                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2.1.3                                                                                                                                                                                                                                         | Экономическая теория                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>2.2</b>                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>                                                                                                                                |
| 2.2.1                                                                                                                                                                                                                                         | Знания, умения и навыки, формируемые учебной дисциплиной "Маркетинг", необходимы для изучения следующих дисциплин: Учебная практика (научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы), Ценообразование, |
| 2.2.2                                                                                                                                                                                                                                         | Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика, Стратегический менеджмент                                                                                                                                            |
| 2.2.3                                                                                                                                                                                                                                         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы                                                                                                                                                                             |
| 2.2.4                                                                                                                                                                                                                                         | Эконометрика                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2.2.5                                                                                                                                                                                                                                         | Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности                                                                                                                                                                                            |
| 2.2.6                                                                                                                                                                                                                                         | Логистика                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2.2.7                                                                                                                                                                                                                                         | Основы проектной деятельности                                                                                                                                                                                                                        |
| 2.2.8                                                                                                                                                                                                                                         | Инвестиции                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2.2.9                                                                                                                                                                                                                                         | Организация производства                                                                                                                                                                                                                             |
| 2.2.10                                                                                                                                                                                                                                        | Управление рисками                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2.2.11                                                                                                                                                                                                                                        | Управление проектами                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)</b>                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>ОПК-1.1: Знает основы современных экономических концепций, моделей, ведущих школ и направлений развития экономической науки, использует категориальный и научный аппарат при анализе экономических явлений и процессов</b>                 |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| :                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Результаты обучения: знание основ концепций и направлений развития маркетинга, использование категориального и научного аппарата маркетинга при анализе экономиче-ских явлений и процессов                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>ОПК-1.2: Умеет использовать экономические категории при решении практических задач</b>                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| :                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Результаты обучения: умение использовать основные категории маркетин-га при решении практических задач                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>ОПК-1.3: Владеет основными общеэкономическими методами анализа и оценки показателей деятельности организаций объектов профессиональной деятельности</b>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| :                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Результаты обучения: владение основными маркетинговыми методами анализа и оценки показателей деятельности органи-заций                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>ОПК-3.1: Знает инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, виды финансовой, бухгалтерской, иной информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности</b> |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| :                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Результаты обучения: знание и использование инструментальных средств маркетинга в соответствии с поставленной задачей                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                      |

| <b>ОПК-3.2: Умеет применять соответствующие инструментальные средства для обработки экономических данных, использовать результаты анализа этой информации для обоснования выводов по комплексной оценке финансового состояния хозяйствующего субъекта; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий</b> |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------------------------|----------------------------------------------------|
| :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| Результаты обучения: умение применять соответствующие инструмен-тальные средства для анализа внешней и внутренней маркетинговой среды организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; принимать оптимальные маркетинговые решения, увязанные с конкретными ситуациями, складывающимися на рынке; решать типичные задачи, связанные с маркетинговым планированием                                                                                           |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| <b>ОПК-3.3: Владеет методологией экономического исследования; навыками применения современного математического инструментария для решения задач, связанных с расчетом параметров, необходимых для принятия решений в области оценки финансового состояния организации, кредитоспособности заемщиков, страхования рисков, инвестиционной привлекательности активов</b>                                                                                                                        |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| Результаты обучения: владение методологией маркетингового исследова-ния; навыками применения современного математи-ческого инструментария для решения задач, связан-ных с расчетом и анализом современной системы показателей, характеризующих маркетинговую деятельность хозяйствующих субъектов                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| <b>ОПК-4.1: Знает теоретические основы организации и управления промышленными предприятиями; особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической, финансовой, денежно-кредитной политики государства</b>                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| Результаты обучения: знание теоретических основ организации и управ-ления маркетинговой деятельностью на предприятии                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| <b>ОПК-4.2: Умеет находить организационно-управленческие решения, анализировать, интерпретировать финансово-экономическую информацию в целях принятия управленческих решений</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| Результаты обучения: умение осуществлять сбор, анализ и обработку дан-ных, необходимых для решения управленческих задач; делать грамотные выводы по результатам проведенного анализа и предлагать мероприятия, повышающие эффективность компании                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| <b>ОПК-4.3: Владеет методологией экономического исследования и использования полученных сведений для принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| Результаты обучения: владение методологией маркетингового исследова-ния и использования полученных сведений для при-нятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| <b>4. СТРУКТУРА, СОДЕРЖАНИЕ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                       |                |       |                               |                                                    |
| Код занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Наименование разделов и тем /вид занятия/                                             | Семестр / Курс | Часов | Компетенц ии                  | Форма контроля (Наименован ие оценочного средства) |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Раздел 1. Маркетинг и его роль в обществе и деятельности организаций</b>           |                |       |                               |                                                    |
| 1.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Социально-экономическая основа маркетинга /Лек/                                       | 3              | 2     | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | К,Эк                                               |
| 1.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Характеристика основных понятий маркетинга /Пр/                                       | 3              | 2     | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | Ко,Эк                                              |
| 1.3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Маркетинговая среда организации /Лек/                                                 | 3              | 2     | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | К,Эк                                               |
| 1.4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Характеристика основных факторов микро и макросреды функционирования организации /Пр/ | 3              | 2     | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | Ко,Эк                                              |
| 1.5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Маркетинговые исследования /Лек/                                                      | 3              | 2     | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | К,Эк                                               |
| 1.6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Содержание и направления маркетинговых исследований /Пр/                              | 3              | 2     | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | Ко,Эк                                              |

|                                                                    |                                                                                                    |   |   |                               |       |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-------------------------------|-------|
| 1.7                                                                | Сегментация рынка, ее роль в маркетинге /Лек/                                                      | 3 | 2 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | К,Эк  |
| 1.8                                                                | Выбор целевых сегментов рынка /Пр/                                                                 | 3 | 2 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | Ко,Эк |
| <b>Раздел 2. Инструментарий маркетинговой политики предприятия</b> |                                                                                                    |   |   |                               |       |
| 2.1                                                                | Формирование товарной политики /Лек/                                                               | 3 | 2 | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | К,Эк  |
| 2.2                                                                | Понятие, классификация, конкурентоспособность и основные этапы разработки нового товара /Пр/       | 3 | 2 | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | Ко,Эк |
| 2.3                                                                | Формирование ценовой политики /Лек/                                                                | 3 | 4 | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | К,Эк  |
| 2.4                                                                | Методы разработки исходной цены на товар. Виды ценовых стратегий /Пр/                              | 3 | 4 | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | Ко,Эк |
| 2.5                                                                | Формирование сбытовой политики /Лек/                                                               | 3 | 2 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2            | К,Эк  |
| 2.6                                                                | Уровни и типы организации каналов распределения товаров /Пр/                                       | 3 | 2 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | Ко,Эк |
| 2.7                                                                | Формирование коммуникационной политики /Лек/                                                       | 3 | 2 | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | К,Эк  |
| 2.8                                                                | Маркетинговые коммуникации: цель, основные виды /Пр/                                               | 3 | 2 | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | Ко,Эк |
| <b>Раздел 3. Управление комплексом маркетинга</b>                  |                                                                                                    |   |   |                               |       |
| 3.1                                                                | Организация деятельности маркетинговой службы /Лек/                                                | 3 | 2 | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | К,Эк  |
| 3.2                                                                | Место и роль маркетинговых служб в системе управления предприятием /Пр/                            | 3 | 2 | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | Ко,Эк |
| 3.3                                                                | Планирование маркетинга /Лек/                                                                      | 3 | 2 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | К,Эк  |
| 3.4                                                                | Разработка стратегических планов. Текущее планирование маркетинга /Пр/                             | 3 | 2 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | Ко,Эк |
| 3.5                                                                | Управление ассортиментом /Лек/                                                                     | 3 | 4 | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | К,Эк  |
| 3.6                                                                | Товарный ассортимент и его показатели. Товарная линия и товарная номенклатура /Пр/                 | 3 | 4 | ОПК-4.1<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | Ко,Эк |
| 3.7                                                                | Управление сбытом /Лек/                                                                            | 3 | 4 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | К,Эк  |
| 3.8                                                                | Система товародвижения и управление маркетинговым снабжением. Управление запасами предприятия /Пр/ | 3 | 4 | ОПК-3.1<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3 | Ко,Эк |
| 3.9                                                                | Международный маркетинг /Лек/                                                                      | 3 | 2 | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | К,Эк  |
| 3.10                                                               | Расширение рамок маркетинга /Пр/                                                                   | 3 | 2 | ОПК-1.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3 | Ко,Эк |

|     |                                                                            |   |    |                                                                                                 |       |
|-----|----------------------------------------------------------------------------|---|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|     | <b>Раздел 4. Самостоятельная работа студентов</b>                          |   |    |                                                                                                 |       |
| 4.1 | Выполнение самостоятельных заданий на практических занятиях /Ср/           | 3 | 20 | ОПК-1.1<br>ОПК-3.1<br>ОПК-4.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3<br>ОПК-4.2            | Ко,Эк |
| 4.2 | Подготовка к аудиторным занятиям и выполнение соответствующих заданий /Ср/ | 3 | 20 | ОПК-1.1<br>ОПК-3.1<br>ОПК-4.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | Ко,Эк |
| 4.3 | Контрольная работа (реферат) /Ср/                                          | 3 | 40 | ОПК-1.1<br>ОПК-3.1<br>ОПК-4.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | К,Эк  |
|     | <b>Раздел 5. Промежуточная аттестация по дисциплине</b>                    |   |    |                                                                                                 |       |
| 5.1 | /Экзамен/                                                                  | 3 | 36 | ОПК-1.1<br>ОПК-3.1<br>ОПК-4.1<br>ОПК-1.2<br>ОПК-1.3<br>ОПК-3.2<br>ОПК-3.3<br>ОПК-4.2<br>ОПК-4.3 | К,Эк  |

Примечание. Формы контроля: Эк – экзамен, К- контрольная работа, Ко- контрольный опрос, Сз- семестровое задание, З-зачет, ОП -отчет по практике.

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС может быть представлен в Приложении к рабочей программе.

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:  
Фонд оценочных средств по дисциплине является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения образовательной программы высшего образования. Фонд оценочных средств является приложением к рабочей программе по дисциплине и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов и методов их использования, предназначенных для измерения уровня сформированности, закрепленных за дисциплиной, компетенций у студентов, и уровня достижения студентами установленных результатов освоения дисциплины. Фонд оценочных средств представлен в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины

В рамках освоения дисциплины «Маркетинг» используются следующие критерии оценивания знаний студентов по оценочным средствам:

Студент в результате выполнения и сдачи оценочного средства может получить следующие оценки.

**Отлично**

Полностью и правильно выполнено, и оформлено задание.

При отчёте студент дал полные и правильные ответы на 90-100% задаваемых вопросов по теме работы.

**Хорошо**

Полностью и с небольшими неточностями выполнено и оформлено задание.

При отчёте студент дал не полные и с небольшими ошибками ответы на все задаваемые вопросы по теме работы или доля правильных ответов составила 70 – 89%.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Удовлетворительно<br/>Не полностью и с ошибками выполнено и оформлено задание.<br/>При отчёте студент дал не полные ответы и не на все задаваемые вопросы по теме работы. Доля правильных ответов составила 50 – 69%.</p> <p>Неудовлетворительно<br/>Студент не выполнил задание. Доля правильных ответов составила менее 50%.</p> <p>Оценивание компетенций при изучении дисциплины «Маркетинг»</p> <p>Исходя из 100-балльной (пятибалльной) системы оценивания системы оценки успеваемости студентов, в ходе освоения изучаемой дисциплины студент получает итоговую оценку, по которой оценивается уровень освоения компетенций.</p> <p>90-100 баллов (отлично) повышенный уровень<br/>Студент демонстрирует сформированность компетенций на повышенном уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями и навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности.</p> <p>76-89 баллов (хорошо) базовый уровень<br/>Студент демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенций на базовом уровне: основные знания, умения и навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний, умений и навыков на новые, нестандартные ситуации.</p> <p>61-75 баллов (удовлетворительно) пороговый уровень<br/>Студент демонстрирует сформированность компетенций на пороговом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями, умениями и навыками при их переносе на новые ситуации</p> <p>0-60 баллов (неудовлетворительно) уровень освоения компетенций ниже порогового<br/>Компетенции не сформированы. Проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)**

### **6.1. Рекомендуемая литература**

|     | Авторы, составители                | Заглавие                                                                                                                                            | Издательство,             | Электронный адрес                                                                 |
|-----|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Л.1 | Синицына, О. Н.                    | Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие - <a href="https://www.book.ru/book/930437">https://www.book.ru/book/930437</a>                     | М.: КноРус, 2019          | <a href="https://www.book.ru/book/930437">https://www.book.ru/book/930437</a>     |
| Л.2 | Сидорова, С. А.                    | Маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие - <a href="https://e.lanbook.com/book/161309">https://e.lanbook.com/book/161309</a>     | Самара : СамГУПС, 2020    | <a href="https://e.lanbook.com/book/161309">https://e.lanbook.com/book/161309</a> |
| Л.3 | Шацкая, И. В.                      | Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие - <a href="https://e.lanbook.com/book/167584">https://e.lanbook.com/book/167584</a>                 | Москва : РТУ МИРЭА, 2020  | <a href="https://e.lanbook.com/book/167584">https://e.lanbook.com/book/167584</a> |
| Л.4 | Шевченко, Д. А.                    | Основы современного маркетинга [Электронный ресурс]: учебник - <a href="https://e.lanbook.com/book/173899">https://e.lanbook.com/book/173899</a>    | Москва : Дашков и К, 2019 | <a href="https://e.lanbook.com/book/173899">https://e.lanbook.com/book/173899</a> |
| Л.5 | Максимова, О. Н., Гаврилова, О. А. | Методические указания по дисциплине «Маркетинг» [Электронный ресурс]: методические указания - <a href="http://lib.volpi.ru">http://lib.volpi.ru</a> | Волжский, 2022            | <a href="http://lib.volpi.ru">http://lib.volpi.ru</a>                             |
| Л.6 | Николаева, М. А.                   | Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник - <a href="https://e.lanbook.com/book/315923">https://e.lanbook.com/book/315923</a>                        | Москва : Дашков и К, 2023 | <a href="https://e.lanbook.com/book/315923">https://e.lanbook.com/book/315923</a> |

### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

|    |                                         |
|----|-----------------------------------------|
| Э1 | Электронная библиотечная система "Лань" |
| Э2 | Электронно-библиотечная система book.ru |
| Э3 | Электронно-библиотечная система ВолГТУ  |

### **6.3 Перечень программного обеспечения**

|         |                                                                                                                                                                                                                           |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.3.1.1 | Программное обеспечение общего назначения. Операционные системы: MS Windows XP Pro Подписка Microsoft Imagine Premium ID df8605e9-c758-42d6-a856-ae0ba9714cc4 Договор № 50/2018 от 21.09.2018г. (подписка на 2018-2021гг) |
| 6.3.1.2 | MS Office 2003: Лицензия №41449069 от 25.04.2007 Лицензия №43112069 от 07.12.2006                                                                                                                                         |
| 6.3.1.3 | Специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.                                                                                                                                       |
| 6.3.1.4 | 1С Предприятие 8.2 Свободная академическая лицензия                                                                                                                                                                       |

### **6.4 Перечень информационных справочных систем и электронных библиотечных систем (ЭБС)**

|         |                                                                                                                                                                               |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.3.2.1 | Информационно-справочная система Консультант-Плюс <a href="http://www.consultant.ru/online/">http://www.consultant.ru/online/</a> (Договор о сотрудничестве от 01.03.2004 г.) |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.3.2.2                                                                                   | Информационно-справочная система Гарант. <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a> (Договор о взаимном сотрудничестве №43/35/2001С от 05.03.2001г. бессрочный)                                                                                                                                                        |
| <b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) /ОБОРУДОВАНИЕ</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 7.1                                                                                       | ВПИ (филиал) ВолгГТУ располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным и санитарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом по дисциплине.                                                                               |
| 7.2                                                                                       | Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории                |
| 7.3                                                                                       | При проведении лекционных и практических занятий используется презентационное оборудование (плазменная панель/проектор, ноутбук/компьютер) и комплект презентаций, обеспечивающий тематические иллюстрации по темам рабочей программы дисциплины.                                                                                   |
| 7.4                                                                                       | Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации                                                                                                                   |
| 7.5                                                                                       | Электронно-библиотечная система ВПИ (филиал) ВолгГТУ обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ВПИ (филиал) ВолгГТУ, так и вне его.                                                                            |
| 7.6                                                                                       | Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий и учебно-методического обеспечения для студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ при освоении дисциплины осуществляется исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения программы курса, а также с учетом их индивидуальных возможностей. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| <p>Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины:</p> <p>Важным условием успешного освоения дисциплины является создание студентом системы правильной организации своего труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания к практическим занятиям, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями, умениями и навыками.</p> <p>Методические указания к лекционным занятиям:</p> <p>Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).</p> <p>Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо также выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.</p> <p>Работу над конспектом следует начинать с его доработки, желательно в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). С целью доработки необходимо прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить описки, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополняя и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям:</p> <p>Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к семинарским и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.</p> <p>Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение</p> |  |



материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

Для успешного освоения материала студентам рекомендуется сначала ознакомиться с учебным материалом, изложенным в лекциях и основной литературе, затем выполнить самостоятельные задания, при необходимости обращаясь к дополнительной литературе.

При подготовке к семинару можно выделить 2 этапа: - организационный; - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в процессе контактной работы со студентами. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале, задачах.

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

Целесообразно готовиться к практическим занятиям заблаговременно, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические указания к контрольной работе:

Контрольная работа – один из видов самостоятельной работы студентов, направленный на выявление уровня усвоения учебного материала. Контрольная работа является документом, выступающим особой формой отчетности по самостоятельной работе студента в процессе изучения курса, представляет собой итог самостоятельного изучения студентом дисциплины. Написанию контрольной работы предшествует большая самостоятельная работа по изучению учебной, специальной научной литературы. Она позволяет студенту овладеть комплексом основных навыков и приемов анализа, обобщения, классификации полученной информации, которая поможет в дальнейшей профессиональной деятельности. При написании работы обязательны цитирование, ссылки на источники и статистические данные. Содержание контрольной работы студента определяется учебной программой дисциплины, фондом оценочных средств, методическими материалами, которые представлены в ЭИОС института.

Рекомендации по работе с литературой:

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов, в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы. Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного

Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине:

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- 1) внимательно изучить перечень вопросов к промежуточной аттестации по дисциплине и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- 2) внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- 3) составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Освоение дисциплины студентами-инвалидами и студентами с ОВЗ.

Освоение дисциплины студентами-инвалидами и студентами с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Например, для слабослышащих студентов эффективна практика опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с лекционным материалом и обращают внимание на незнакомые и непонятные слова и фрагменты. Такой вариант организации работы позволяет студентам лучше ориентироваться в потоке новой информации, заранее обратить внимание на сложные моменты.

При лекционной форме занятий слабовидящим рекомендуется использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры как способ конспектирования во время занятий.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

