



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
ФГБОУ ВО «Брянский государственный технический  
университет» (БГТУ)

Факультет отраслевой и цифровой экономики

*(наименование факультета/института)*

Кафедра «Производственный менеджмент»

*(наименование кафедры, ответственной за реализацию дисциплины)*

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор по учебной  
работе и цифровизации

\_\_\_\_\_ В.А. Шкаберин

«25» апреля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

учебной дисциплины

«Маркетинг»

*(наименование дисциплины)*

38.03.01 Экономика

*(код и наименование специальности или направления подготовки)*

Финансы

*(направленность (профиль)/ специализация образовательной программы)*

высшее образование – бакалавриат

*(уровень образования)*

бакалавр

*(квалификация, присваиваемая по специальности или направлению подготовки)*

очно-заочная

*(форма обучения)*

2022

*(год набора)*

Брянск 2022

Рабочая программа учебной дисциплины  
«Маркетинг»

(наименование дисциплины)

38.03.01 Экономика

(код и наименование специальности или направления подготовки)

Финансы

(направленность (профиль)/специализация образовательной программы)

**Разработал(и):**

Доцент, к.т.н., доцент

(должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Н.О. Радькова

(И.О. Фамилия)

(должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры  
«Производственный менеджмент»

(наименование кафедры, ответственной за реализацию дисциплины)

«31» марта 2022 г., протокол № 7

И.о. заведующего кафедрой

к.т.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.И. Демиденко

(И.О. Фамилия)

**Согласовано:**

Заведующий выпускающей кафедрой

«Отраслевая экономика»

(наименование выпускающей кафедры)

к.э.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Мельковская К.Р.

(И.О. Фамилия)

© Радькова Н.О. 2022

© ФГБОУ ВО «Брянский государственный  
технический университет», 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| ПРЕДИСЛОВИЕ.....  | 5  |
| 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....  | 5  |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ<br>ПРОГРАММЫ ФГОС .....   | 5  |
| 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....   | 5  |
| 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ .....   | 6  |
| 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....  | 7  |
| 5.1. Структура дисциплины.....  | 7  |
| 5.2. Распределение формируемых компетенций по разделам (темам)<br>дисциплины.....   | 9  |
| 5.3. Лекции .....   | 10 |
| 5.4. Лабораторные работы .....  | 16 |
| 5.5. Практические занятия .....   | 16 |
| 5.6. Самостоятельная работа обучающихся .....   | 21 |
| 5.7. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной<br>аттестации обучающихся .....   | 25 |
| 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....   | 26 |
| 7. РЕАЛИЗАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕХНОЛОГИЙ<br>ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И (ИЛИ) ДИСТАНЦИОННЫХ<br>ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....   | 27 |
| 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ<br>ДИСЦИПЛИНЫ .....   | 27 |
| 8.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы<br>обучающихся .....  | 27 |
| 8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой<br>для освоения дисциплины .....  | 28 |
| 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети<br>«Интернет», используемых при изучении дисциплины .....  | 29 |
| 8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении<br>образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного<br>обеспечения и (или) информационных справочных систем ..... | 29 |
| 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....   | 29 |
| 10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА<br>ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ<br>ЗДОРОВЬЯ.....   | 30 |

|   |    |
|---|----|
| 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....  | 31 |
| 11.1. Методические материалы для педагогических работников .....  | 31 |
| 11.2. Методические материалы для обучающихся .....  | 32 |
| 12. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....   | 33 |
| 12.1. Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины .....  | 33 |
| 12.2. Шкала оценивания при текущем контроле успеваемости .....  | 34 |
| 12.3. Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся .....   | 35 |
| 12.4. Оценивание окончательных результатов обучения по дисциплине .....   | 39 |
| 12.5. Характеристика результатов обучения .....   | 39 |
| 12.6. Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля<br>успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ..... | 40 |
| 13. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА .....   | 40 |

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебная дисциплина «Маркетинг» (далее – дисциплина) ориентирована на формирование у обучающихся компетенций в рамках основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО) по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль «Финансы».

### 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** освоения дисциплины – показать роль маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия, изучить основной инструментарий маркетинга, процесс получения и анализа маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

**Задачи** дисциплины:

- изучение основных положений маркетинга;
- изучение и освоение анализа рынка, целевой аудитории кампании, проведение анализа конкурирующих кампаний, комплекса маркетинга.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ФГОС

Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана и реализуется на 2 курсе в 3 и 4 семестрах.

Предварительно изучаются дисциплины: *«Микроэкономика и макроэкономика»*, *«Концепции современного естествознания»*, *«Экономика промышленного предприятия»*.

Параллельно изучаются дисциплины: *«Менеджмент»*, *«Статистика»*.

Базируются на изучении дисциплины: *«Основы оценочной деятельности»*.

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций ОПК-4, представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Требования к результатам освоения учебной дисциплины

| Код и наименование компетенции   | Индикаторы компетенций  | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:   |   |  |
|--|---|--|---|--|
|  |   | знать  | уметь                                     | владеть                                      |
| ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организацион- | ОПК-4.1. Формирует информационную базу для обоснования принимаемых организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. | основы комплекса маркетинга для обоснования принимаемых управ- | применять основы комплекса маркетинга для | методами применения комплекса маркетинга для |

|  |  |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
| но-<br>управленческие<br>решения в про-<br>фессиональной<br>деятельности | ОПК-4.2. Применяет современ-<br>ный методический инструмен-<br>тарий для обработки информа-<br>ции.<br><br>ОПК-4.3. Предлагает обосно-<br>ванные организационно-<br>управленческие решения | ленческих<br>решений   | обосно-<br>вания<br>прини-<br>маемых<br>органи-<br>зацион-<br>но-<br>управ-<br>ленче-<br>ских ре-<br>шений                    | обоснова-<br>ния при-<br>нимаемых<br>управлен-<br>ческих<br>решений   |
|  |  | основные по-<br>ложения<br>применения<br>современного<br>методическо-<br>го инстру-<br>ментария для<br>обработки<br>информации | приме-<br>нять со-<br>времен-<br>ный ме-<br>тодиче-<br>ский ин-<br>струмен-<br>тарий<br>для об-<br>работки<br>инфор-<br>мации | методикой<br>примене-<br>ния со-<br>временно-<br>го методи-<br>ческого<br>инстру-<br>ментария<br>для обра-<br>ботки ин-<br>формации |
|  |  | организа-<br>ционно-<br>управленче-<br>скую струк-<br>туру органи-<br>заций и ее<br>особенности                                | предла-<br>гать<br>обосно-<br>ванные<br>органи-<br>зацион-<br>но-<br>управ-<br>ленче-<br>ские ре-<br>шения                    | способно-<br>стью<br>предлагать<br>обосно-<br>ванные<br>организа-<br>ционно-<br>управлен-<br>ческие<br>решения                      |

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц(ы) (288 академических часа(-ов)). Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы и семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы и семестрам

| Виды учебной работы в соответствии<br>с учебным планом образовательной<br>программы | Трудоемкость, час. |         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--------------------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   | Всего              | Семестр |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |                    | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | А | В | С |

| Виды учебной работы в соответствии с учебным планом образовательной программы                | Трудоемкость, час. |         |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--|--------------------|---------|---|----|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  | Всего              | Семестр |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
|  |                    | 1       | 2 | 3  | 4   | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | А | В | С |
| <b>1. Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками, в том числе:</b>          | <b>32</b>          | -       | - | 16 | 16  | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 1.1. Лекции, час.  | 16                 | -       | - | 8  | 8   | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 1.2. Лабораторные работы, час.   | 0                  | -       | - | -  | -   | - | - | - | - | - | - | - | - |
| в том числе в форме практической подготовки  |                    |         |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1.3. Практические занятия, час.  | 16                 | -       | - | 8  | 8   | - | - | - | - | - | - | - | - |
| в том числе в форме практической подготовки  |                    |         |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| <b>2. Самостоятельная работа обучающихся, час.</b>   | <b>220</b>         | -       | - | 83 | 137 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| <b>3. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся, в том числе:</b> | <b>36</b>          |         |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3.1. Экзамен, семестр  |                    | 4       |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3.2. Зачет, семестр  |                    | 3       |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3.3. Зачет с оценкой, семестр  |                    | -       |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3.4. Курсовой проект (контроль), семестр   |                    | -       |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3.5. Курсовая работа (контроль), семестр   |                    | -       |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3.6. Расчетно-графическая работа (контроль), семестр   |                    | -       |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3.7. Контрольная работа (контроль), семестр  |                    | -       |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |
| <b>Общая трудоемкость (8 з.е.)</b>   | <b>288</b>         | 288     |   |    |     |   |   |   |   |   |   |   |   |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Структура дисциплины

Структура дисциплины представлена в виде тематического плана в таблице 3.

Таблица 3 – Тематический план дисциплины

| Наименование раздела (темы) дисциплины              | Трудоемкость, час. |            |                     |                      |                        |
|---|--------------------|------------|---------------------|----------------------|------------------------|
|   | Всего              | Лекции     | Лабораторные работы | Практические занятия | Самостоятельная работа |
| <b>Раздел 1. Методологические основы маркетинга</b> | <b>25,2</b>        | <b>1,6</b> | <b>-</b>            | <b>1,6</b>           | <b>22</b>              |
| Тема 1. <i>Маркетинг как система</i>                | 12,6               | 0,8        | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 2. <i>Эволюция концепций маркетинга</i>        | 12,6               | 0,8        | -                   | 0,8                  | 11                     |

| Наименование раздела (темы) дисциплины  | Трудоемкость, час. |             |                     |                      |                        |
|---|--------------------|-------------|---------------------|----------------------|------------------------|
|   | Всего              | Лекции      | Лабораторные работы | Практические занятия | Самостоятельная работа |
| <b>Раздел 2. Анализ маркетинговой среды</b>   | <b>63</b>          | <b>4</b>    | <b>-</b>            | <b>4</b>             | <b>55</b>              |
| Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга   | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 4. Анализ потребителей   | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 5. Сегментирование рынка и позиционирование товара                                   | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 6. Анализ конкурентов  | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 7. Система маркетинговой информации и процесс проведения маркетинговых исследований. | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| <b>Раздел 3. Формирование комплекса маркетинга</b>  | <b>4</b>           | <b>113,</b> | <b>7,2</b>          | <b>-</b>             | <b>7,2</b>             |
| Тема 8. Товар как элемент системы маркетинга  | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара  | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга   | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема. 11. Ценообразование в системе маркетинга  | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии цен  | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 13. Распределение в маркетинге   | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций  | 12,6               | 0,8         | -                   | 0,8                  | 11                     |



| Наименование раздела (темы) дисциплины  | Трудоемкость, час. |            |                     |                      |                        |
|---|--------------------|------------|---------------------|----------------------|------------------------|
|   | Всего              | Лекции     | Лабораторные работы | Практические занятия | Самостоятельная работа |
| Тема 15. <i>Сущность и содержание рекламы.</i>                                | 12,6               | 0,8        | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 16. <i>Инструменты маркетинговых коммуникаций</i>                        | 12,6               | 0,8        | -                   | 0,8                  | 11                     |
| <b>Раздел № 4<br/>Стратегическое управление маркетингом</b>                   | <b>37,8</b>        | <b>2,4</b> | -                   | <b>2,4</b>           | <b>33</b>              |
| Тема 17. <i>Планирование маркетинговой деятельности на предприятии</i>        | 12,6               | 0,8        | -                   | 0,8                  | 11                     |
| Тема 18 <i>Организация маркетинговой работы на предприятии.</i>               | 12,6               | 0,8        |                     | 0,8                  | 11                     |
| Тема 19. <i>Контроль, оценка и аудит маркетинга</i>                           | 12,6               | 0,8        |                     | 0,8                  | 11                     |
| <b>Раздел 5.<br/>Международный маркетинг</b>                                  | <b>12,6</b>        | <b>0,8</b> | -                   | <b>0,8</b>           | <b>11</b>              |
| Тема 20. <i>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга</i> | 12,6               | 0,8        | -                   | 0,8                  | 11                     |
| <b>Итого</b>  | <b>252</b>         | <b>16</b>  | -                   | <b>16</b>            | <b>220</b>             |

## 5.2. Распределение формируемых компетенций по разделам (темам) дисциплины

Распределение формируемых компетенций по разделам дисциплины представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Формирование компетенций по разделам дисциплины

| Наименование раздела (темы) дисциплины | Код индикатора достижения компетенций |           |            |
|--|---------------------------------------|-----------|------------|
|  | ОПК- 4.1.                             | ОПК- 4.2. | ОПК – 4.3. |

| Наименование раздела (темы) дисциплины   | Код индикатора достижения компетенций |           |            |
|--|---------------------------------------|-----------|------------|
|  | ОПК- 4.1.                             | ОПК- 4.2. | ОПК – 4.3. |
| <b>Раздел 1. Методологические основы маркетинга</b>                                      | +                                     | +         | +          |
| Тема 1. Маркетинг как система  | +                                     | +         | +          |
| Тема 2. Эволюция концепций маркетинга  | +                                     | +         | +          |
| <b>Раздел 2. Анализ маркетинговой среды</b>  | +                                     | +         | +          |
| Тема 3. (рынок – основная среда маркетинга)  | +                                     | +         | +          |
| Тема 4. Анализ потребителей  | +                                     | +         | +          |
| Тема 5. Сегментирование рынка и позиционирование товара)                                 | +                                     | +         | +          |
| Тема 6. Анализ конкурентов   | +                                     | +         | +          |
| Тема 7. Система маркетинговой информации и процесс проведения маркетинговых исследований | +                                     | +         | +          |
| <b>Раздел 3. Формирование комплекса маркетинга</b>                                       | +                                     | +         | +          |
| Тема 8. Товар как элемент системы маркетинга   | +                                     | +         | +          |
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара   | +                                     | +         | +          |
| Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга  | +                                     | +         | +          |
| Тема. 11. Ценообразование в системе маркетинга   | +                                     | +         | +          |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии цен   | +                                     | +         | +          |
| Тема 13. Распределение в маркетинге)   | +                                     | +         | +          |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций   | +                                     | +         | +          |
| Тема 15. Сущность и содержание рекламы)  | +                                     | +         | +          |
| Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций  | +                                     | +         | +          |
| <b>Раздел № 4 Стратегическое управление маркетингом</b>                                  | +                                     | +         | +          |
| Тема 17. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии                          | +                                     | +         | +          |
| Тема 18 Организация маркетинговой работы на предприятии.                                 | +                                     | +         | +          |
| Тема 19. Контроль, оценка и аудит маркетинга   | +                                     | +         | +          |
| Тема 20. Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга                   | +                                     | +         | +          |

### 5.3. Лекции

Перечень занятий лекционного типа, их содержание и трудоемкость представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Тематика и содержание лекций

| Наименование темы дисциплины         | Тема лекции             | Содержание лекции  | Трудоемкость, час. |
|--------------------------------------|-------------------------|--|--------------------|
| Тема 1. <i>Маркетинг как система</i> | 1.Маркетинг как система | 1.Основные понятия маркетинга, сущность и содержание маркетинга. | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины                                   | Тема лекции                                       | Содержание лекции  | Трудоемкость, час. |
|--|---|--|--------------------|
|  |   | 2.История возникновения маркетинга.<br>3. Цели, виды и функции маркетинга  |                    |
| Тема 2. <i>Эволюция концепций маркетинга</i>                   | 1. Эволюция концепций маркетинга                  | 1.Концепции маркетинга Производственная, товарная, интенсификации коммерческих усилий, традиционная, социально-экономическая, взаимодействия.<br>2.Содержание маркетинговой концепции взаимодействия | 0,8                |
| Тема 3. <i>Рынок - основная среда маркетинга</i>               | 1.Рынок – основная среда маркетинга               | 1Маркетинговая среда. Анализ макросреды фирмы (PESTE – анализ)<br>2. Анализ микросреды фирмы.<br>3. Анализ внутренней среды фирмы  | 0,8                |
| Тема 4. <i>Анализ потребителей</i>                             | 1.Анализ потребителей                             | 1.Особенности потребителей; модель потребительского поведения на потребительских рынках.<br>2.Характеристика организаций потребителей. Модель поведения корпоративных потребителей.                  | 0,8                |
| Тема 5. <i>Сегментирование рынка и позиционирования товара</i> | 1 Сегментирование рынка и позиционирование товара | 1. Процесс сегментации рынка. Основные критерии сегментации.   |                    |

| Наименование темы дисциплины  | Тема лекции  | Содержание лекции  | Трудоемкость, час. |
|---|--|--|--------------------|
|   |  | <p>2. Особенности сегментации на рынках организаций. Критерии сегментации промышленного рынка.</p> <p>3. Выбор целевых сегментов рынка. Критерий привлекательности сегмента</p> <p>4. Выбор стратегии охвата рынка.</p> <p>5. Позиционирование товара</p>                                      |                    |
| Тема 6. <i>Анализ конкурентов</i>   | 1. Анализ конкурентов  | <p>1 Модель пяти конкурентных сил Портера.</p> <p>2 Исследование конкурентоспособности продукта.</p> <p>3 Исследование конкурентоспособности маркетинговой деятельности.</p> <p>4 Изучение конкурентоспособности фирмы в целом.</p> <p>5. Выбор конкурентной стратегии по матрице Портера.</p> | 0,8                |
| Тема 7. <i>Система маркетинговой информации процесс проведения маркетинговых исследований</i> | 1. Система маркетинговой информации, процесс проведения маркетинговых исследований | <p>1. Система маркетинговой информации.</p> <p>2. Процесс маркетингового исследования.</p> <p>3. Процесс получения первичной информации. Технология разработки анкеты для опроса потребителей</p> <p>3 Качественный</p>  | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины                           | Тема лекции                              | Содержание лекции   | Трудоемкость, час. |
|--|--|---|--------------------|
|  |  | маркетинг.<br>4.Бенчмаркинг.  |                    |
| Тема 8. <i>Товар как элемент системы маркетинга</i>    | 1.Товар как элемент системы маркетинга   | 1.Понятие товара в маркетинге; три уровня разработки товара.<br>2.Классификация товаров.<br>3..Стратегический анализ товаров с позиции жизненного цикла.  | 0,8                |
| Тема 9. <i>Рыночная атрибутика товара</i>              | 1.Рыночная атрибутика товара             | 1.Товарные марки. Брендинг.<br>2.Услуги, относящиеся к товару; виды и задачи сервиса<br>3.Упаковка и маркировка товаров   | 0,8                |
| Тема 10. <i>Товарная политика в системе маркетинга</i> | 1.Товарная политика в системе маркетинга | 1.Анализ товаров с точки зрения потребителя.<br>2.Анализ товаров с экономической точки зрения.<br>3.Качество и конкурентоспособность товара.<br>4. Политика и стратегия нового товара<br>5. Модели, используемые при разработке товаров фирмы. Портфельные стратегии. | 0,8                |
| Тема 11. <i>Це-</i>                                    | 1.Ценообразо                             | 1.Рыночная цена   | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины                      | Тема лекции                         | Содержание лекции   | Трудоемкость, час. |
|---|-------------------------------------|---|--------------------|
| <i>нообразование в системе маркетинга</i>         | вание в системе маркетинга          | и факторы ее определяющие. Теоретические основы рыночного ценообразования.<br>2.Виды цен.<br>3. Методика расчета цен.   |                    |
| Тема 12. <i>Маркетинговые стратегии цен</i>       | 1.Маркетинговые стратегии цен       | 1.Установление цен на новые товары.<br>2. Основные стратегии ценообразования  | 0,8                |
| Тема 13. <i>Распределение в маркетинге</i>        | 1.Распределение в маркетинге        | 1.Сущность распределения в комплексе маркетинга<br>2.Формирование каналов распределения: виды каналов; уровни каналов; характеристики каналов; функции каналов.<br>3.Выбор торгового посредника.<br>4.Охват рынка каналами распределения: интенсивное, селективное, эксклюзивное распределение. | 0,8                |
| Тема 14. <i>Основы маркетинговых коммуникаций</i> | 1.Основы маркетинговых коммуникаций | 1.Определение продвижения и его виды.<br>2.Коммуникативный микс и его структура<br>3.Основные правила коммуникации.<br>4.Характеристика инструментов продвижения.   | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины   | Тема лекции   | Содержание лекции   | Трудоемкость, час. |
|--|---|---|--------------------|
|  |   | 5.Выбор наиболее эффективного средства продвижения.   |                    |
| Тема 15. <i>Сущность и содержание рекламы</i>                          | 1.Сущность и содержание рекламы                       | 1Цели и методы рекламы.<br>2.Планирование и стратегии рекламы   | 0,8                |
| Тема 16. <i>Инструменты маркетинговых коммуникаций</i>                 | 1.Инструменты маркетинговых коммуникаций              | 1.Решения по стимулированию сбыта<br>2. Личная продажа<br>3.Спонсоринг<br>4.Выбор наиболее эффективного средства продвижения<br>5.Решения по стимулированию сбыта                           | 0,8                |
| Тема 17. <i>Планирование маркетинговой деятельности на предприятии</i> | 1.Планирование маркетинговой деятельности предприятия | 1.Определение маркетинговых целей;<br>2.Ситуационный SWOT- анализ;<br>3.Формирование маркетинговых стратегий;<br>4.Формирования маркетингового плана;<br>5.Формирование бюджета маркетинга. | 0,8                |
| Тема 18. <i>Организация маркетинговой работы на предприятии.</i>       | 1.Организация маркетинговой работы на предприятии     | 1.Эволюция структур маркетинга.<br>2. Структуры маркетинговой службы в российском бизнесе.<br>3.Взаимосвязь службы маркетинга с другими службами предприятия                                | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины   | Тема лекции   | Содержание лекции   | Трудоемкость, час. |
|--|---|---|--------------------|
| Тема 19.<br><i>Контроль, оценка и аудит маркетинга</i>                           | 1.Контроль, оценка и аудит маркетинга                           | 1.Контроль маркетинга по видам планов<br>2.Аудит маркетинга.  | 0,8                |
| Тема 20.<br><i>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга</i> | 1 Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | 1.Понятие, сущность и задачи международного маркетинга<br>2.Концепции международного маркетинг<br>3.Принципы, среда международного маркетинга<br>4. Жизненный цикл товара на международных рынках | 0,8                |
| Итого  | —   | —   | 16                 |

#### 5.4. Лабораторные работы

Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены учебным планом образовательной программы (таблица 6).

Таблица 6 – Тематика лабораторных работ

| Наименование темы дисциплины | Тема лабораторной работы | Трудоемкость, час. |
|------------------------------|--------------------------|--------------------|
|                              |                          | ...                |
|                              |                          | ...                |
| Итого                        | —                        | ...                |

#### 5.5. Практические занятия

Практические занятия по дисциплине предусмотрены учебным планом образовательной программы.

Перечень практических занятий, их содержание и трудоемкость представлены в таблице 7.



Таблица 7 – Тематика и содержание практических занятий

| Наименование темы дисциплины              | Тема практического занятия        | Содержание практического занятия  | Трудоемкость, час. |
|---|-----------------------------------|---|--------------------|
| Тема 1.<br>Маркетинг как система          | Маркетинг как система             | Экспресс-опрос по теме «Маркетинг как система». Экспресс-тестирование   | 0,8                |
| Тема 2.<br>Эволюция концепций маркетинга  | Эволюция концепций маркетинга     | Экспресс-опрос по теме «Эволюция концепций маркетинга». Экспресс-тестирование<br>Анализ и решение ситуаций по определению концепций маркетинга  | 0,8                |
| Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга | Рынок - основная среда маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Рынок - основная среда маркетинга». Экспресс-тестирование<br>Анализ среды косвенного воздействия (на примере конкретного предприятия)   | 0,8                |
| Тема 4.<br>Анализ потребителей            | Анализ потребителей               | Экспресс-опрос по теме «Анализ потребителей». Экспресс-тестирование<br>Решение ситуаций<br>Разработка модели потребителей потребительского и промышленного рынка (на примере конкретного предприятия) | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины  | Тема практического занятия                      | Содержание практического занятия  | Трудоемкость, час. |
|---|---|---|--------------------|
| Тема 5. Сегментирование рынка и позиционирование товара   | Сегментирование рынка и позиционирование товара | Экспресс-опрос по теме «Сегментирование рынка и позиционирование товара». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций<br>Проведение сегментацию потребительского и промышленного рынка (на примере конкретных предприятий). | 0,8                |
| Тема 6. Анализ конкурентов  | Анализ конкурентов                              | Экспресс-опрос по теме «Анализ конкурентов». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций<br>Анализ конкурентоспособности предприятия (на примере конкретного предприятия)   | 0,8                |
| Тема 7 Система маркетинговой информации. Методы и процесс проведения маркетинговых исследований | Система маркетинговой информации.               | Экспресс-опрос по теме «Система маркетинговой информации. Методы и процессы маркетинговых исследований. Экспресс-тестирование. Решение ситуаций по составлению «закрытых вопросов»                                      | 0,8                |
| Тема 8 Товар как элемент системы маркетинга   | Товар как элемент системы маркетинга            | Экспресс-опрос по теме «Товар как элемент системы маркетинга»<br>Экспресс-тестирование. Решение ситуаций.   | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины                   | Тема практического занятия           | Содержание практического занятия  | Трудоемкость, час. |
|--|--------------------------------------|---|--------------------|
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара             | Рыночная атрибутика товара           | Экспресс-опрос по теме «Рыночная атрибутика товара». Экспресс-тестирование Решение ситуаций   | 0,8                |
| Тема 10 Товарная политика в системе маркетинга | Товарная политика                    | Экспресс-опрос по теме «Товарная политика в системе маркетинга». Экспресс-тестирование..<br>Разработка мультиатрибутивной модели в товарной политике (на примере промышленного предприятия). Расчет и построение матрицы БКГ (на примере конкретного предприятия) | 0,8                |
| Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга  | Ценообразование в системе маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Ценообразование в системе маркетинга». Экспресс-тестирование Решение ситуаций.  | 0,8                |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии цен           | Маркетинговые стратегии цен          | Экспресс-опрос по теме «Маркетинговые стратегии цен». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций   | 0,8                |
| Тема 13. Распределение в маркетинге            | Распределение в маркетинге           | Экспресс-опрос по теме «Распределение в маркетинге». Экспресс-тестирование. Организация каналов распределения (на примере конкретного предприя-   | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины                                    | Тема практического занятия   | Содержание практического занятия   | Трудоемкость, час. |
|---|--|--|--------------------|
|   |  | тия)   |                    |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций                      | Основы маркетинговых коммуникаций  | Экспресс-опрос по теме «Основы маркетинговых коммуникаций». Экспресс-тестирование Решение ситуаций                                     | 0,8                |
| Тема 15 Сущность и содержание рекламы.                          | Сущность и содержание рекламы.   | Экспресс-опрос по теме «Сущность и содержание рекламы». «Экспресс-тестирование Разработка рекламы (на примере конкретного предприятия) | 0,8                |
| Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций                 | Инструменты маркетинговых коммуникаций   | Экспресс-опрос по теме «Инструменты маркетинговых коммуникаций». Экспресс-тестирование Решение ситуаций                                | 0,8                |
| Тема 17 Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. | Формирование маркетинговой стратегии   | Формирование маркетинговой стратегии, маркетингового плана, бюджета маркетинга (на примере промышленного предприятия)                  | 0,8                |
| Тема 18 Организация маркетинговой работы на предприятии.        | Организация маркетинговой работы на предприятии. Задачи операционного маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Организация маркетинговой работы на предприятии». Экспресс-тестирование Решение ситуаций                       | 0,8                |
| Тема 19 Контроль, оценка и аудит маркетинга                     | Контроль, оценка и аудит маркетинга  | Экспресс- опрос по теме « Контроль, оценка и аудит маркетинга».  | 0,8                |

| Наименование темы дисциплины   | Тема практического занятия                                    | Содержание практического занятия  | Трудоемкость, час. |
|--|---|---|--------------------|
| га   |   | Экспресс-тестирование<br>Решение ситуаций   |                    |
| Тема 20<br>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | Экспресс-опрос по теме «Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга». Экспресс-тестирование<br>Решение ситуаций | 0,8                |
| Итого  | —   | -   | 16                 |

### 5.6. Самостоятельная работа обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение, представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Вопросы для самостоятельного изучения дисциплины

| Наименование темы дисциплины   | Вопросы для самостоятельного изучения темы                  |
|--|---|
| Тема 1. Маркетинг как система  | 1.История маркетинга  |
| Тема 2. Эволюция концепций маркетинга  | 1.Концепция маркетинга взаимодействия                       |
| Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга  | 1.Микросреда предприятия                                    |
| Тема 4. Анализ потребителей  | 1.Модель поведения корпоративных потребителей               |
| Тема 5.Сегментирование рынка и позиционирование товара   | 1.Позиционирование товаров на рынке                         |
| Тема 6. Анализ конкурентов   | 1.Выбор конкурентной стратегии по матрице Портера           |
| Тема 7. Система маркетинговой информации. Методы и процесс проведения маркетинговых исследований | 1.Бенчмаркинг   |
| Тема 8. Товар как элемент системы маркетинга   | 1.Стратегический анализ товаров с позиции жизненного цикла. |
| Тема 9. Рыночная атрибу-   | 1.Упаковка и маркировка товаров                             |

| Наименование темы дисциплины   | Вопросы для самостоятельного изучения темы  |
|--|---|
| тика товара  |   |
| Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга                        | 1. Стандартизация и сертификация в системе обеспечения качества и конкурентоспособности товара.<br>2. Системы организации службы маркетинга и её место в создании и реализации товаров. |
| Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга                          | 1. Методика расчета цен.  |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии цен                                   | 1. Стратегия гибких цен.<br>2. Стратегия.<br>3. Стратегия льготных цен.<br>4. Стратегия ориентированная на условия конкуренции.   |
| Тема 13. Распределение в маркетинге                                    | 1. Оптовая и розничная торговля.<br>2. Мерчендайзинг.<br>3. Использование прямого маркетинга в распределении.   |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций                             | 1. Характеристика инструментов продвижения.<br>2. Выбор наиболее эффективного средства продвижения.   |
| Тема 15 Сущность и содержание рекламы                                  | 1. Виды, формы и типы рекламы   |
| Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций                        | 1. Личная продажа.<br>2. Спонсоринг   |
| Тема 17. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.       | 1. Формирование бюджета маркетинга  |
| Тема 18. Организация маркетинговой работы на предприятии.              | 1. Эволюция структур маркетинга   |
| Тема.19 Контроль, оценка и аудит маркетинга                            | 1. Аудит маркетинговой стратегии  |
| Тема 20. Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | <i>1. Мировые цены.</i><br><i>2. Ценовая политика на международных рынках.</i><br><i>3. Сервис в международной торговле</i>   |

| Наименование темы дисциплины | Вопросы для самостоятельного изучения темы |
|------------------------------|--|
|                              |  |

В процессе самостоятельной работы обучающиеся должны принимать решение по рассматриваемой проблеме с минимальным участием педагогического работника. Для решения поставленных задач может использоваться дополнительная литература и источники в информационно-коммуникационной сети «Интернет». Для закрепления пройденного материала педагогическим работником могут выдаваться домашние задания.

В таблице 9 указаны виды самостоятельной работы, выполняемые обучающимися при изучении соответствующих тем дисциплины.

Таблица 9 – Виды самостоятельной работы

| Наименование темы дисциплины                            | Виды самостоятельной работы  |
|---|--|
| Тема 1. Маркетинг как система                           | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 2. Эволюция концепций маркетинга                   | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга               | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 4. Анализ потребителей                             | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 5. Сегментирование рынка и позиционирование товара | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 6. Анализ конкурентов                              | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.  |

| Наименование темы дисциплины   | Виды самостоятельной работы  |
|--|--|
|  | Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации  |
| Тема 7. Система маркетинговой информации. Методы и процесс проведения маркетинговых исследований | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 8. Товар как элемент системы маркетинга   | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 9. Рыночная атрибутика товара   | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга  | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга  | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 12. Маркетинговые стратегии цен   | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 13. Распределение в маркетинге  | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций   | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 15. Сущность и содержание   | Самостоятельное изучение вопросов темы.  |



| Наименование темы дисциплины   | Виды самостоятельной работы  |
|--|--|
| рекламы  | Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации  |
| Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций                        | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 17. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.       | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 18. Организация маркетинговой работы на предприятии.              | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема.19 Контроль, оценка и аудит маркетинга                            | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |
| Тема 20. Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга | Самостоятельное изучение вопросов темы.<br>Проработка и повторение лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы<br>Подготовка к практическому занятию.<br>Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации |

Учебным планом в рамках дисциплины не предусмотрено расчетно-графической работы (РГР)/курсовое проектирование.

### **5.7. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся**

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Формы контрольно-оценочных мероприятий, проводимых в рамках текущего контроля успеваемости, представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Формы и периодичность текущего контроля успеваемости

| Вид учебной работы | Форма текущего контроля успеваемости | Периодичность осуществления |
|--------------------|--------------------------------------|-----------------------------|
|--------------------|--------------------------------------|-----------------------------|

|                                    |  |                    |
|------------------------------------|--|--------------------|
| Практические занятия               | Устный экспресс-опрос, экспресс-тестирование.  | На каждом занятии  |
| Самостоятельная работа обучающихся | - устная (устный опрос);<br>- письменная (письменный опрос);<br>- тестовая (бланочное или компьютерное тестирование) | В течение семестра |

Оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (промежуточная аттестация обучающихся) осуществляется в форме зачета /экзамена, проводимого в устной / письменной форме. Аттестационное испытание может включать в себя прохождение теста с использованием технологии компьютерного тестирования. Для уточнения оценки экзаменатор может проводить короткий опрос-собеседование с обучающимся и (или) выдавать ему дополнительные задания.

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе освоения дисциплины применяются следующие образовательные технологии: личностно-ориентированные, активизации деятельности обучающихся, интеллектуальной направленности, проблемного обучения, диалоговые и профессионально-ориентированные (таблица 11).

Таблица 11 – Образовательные технологии, применяемые в ходе преподавания дисциплины

| Вид учебной работы                   | Применяемые образовательные технологии   |
|--------------------------------------|--|
| Лекции                               | Проблемная лекция.<br>Лекция-визуализация.<br>Лекция-беседа.<br>Лекция-дискуссия.  |
| Практические занятия                 | Решение практических задач.<br>Тестирование.   |
| Самостоятельная работа обучающихся   | Проработка лекционного материала.<br>Изучение рекомендуемой литературы.<br>Выполнение практического задания .<br>Подготовка к практическим занятиям.<br>Изучение дополнительной литературы и самостоятельное формирование конспекта.<br>Подготовка к экзамену/зачету |
| Консультации                         | Концентрация внимания на отдельных вопросах.<br>Личностно-ориентированный подход.<br>Диалог.   |
| Промежуточная аттестация обучающихся | Зачет/экзамен (в устной или письменной форме).   |

## **7. РЕАЛИЗАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И (ИЛИ) ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

В электронной информационно-образовательной среде БГТУ размещается электронный курс дисциплины, включающий в себя:

- сведения об авторе курса;
- краткое описание курса;
- рабочую программу дисциплины;
- полный перечень тем дисциплины;
- презентационные материалы для проведения занятий лекционного типа;
- лекции/краткий конспект лекций по каждой теме;
- методические указания по выполнению каждого практического задания;
- материалы и тестовые задания для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Наименование электронного курса в электронной информационно-образовательной среде БГТУ — «Маркетинг – автор Радькова Н.О. разработка РПД для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль «Финансы», форма обучения – очно-заочная.

Электронный курс предназначен для обеспечения обучающихся всеми необходимыми учебно-методическими материалами, а также проведения контрольно-оценочных мероприятий в процессе обучения. При необходимости осуществляется файловый обмен отчетами о выполнении обучающимися самостоятельной работы.

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

### **8.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

2. Маркетинг. Рынок – основная среда маркетинга : методические указания к выполнению практической работы для студентов очной формы обучения по направлениям подготовки: 38.03.02 – Менеджмент, профили «Экономика и управление на предприятии», «Маркетинг»; 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика». – Брянск : БГТУ, 2022. – 15 с.

3. Маркетинг. Сегментирование рынка : методические указания к выполнению практической работы для студентов очной формы обучения по направлениям подготовки: 38.03.02 – Менеджмент, профили «Экономика и управление на предприятии», «Маркетинг»; 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика». – Брянск : БГТУ, 2022. – 16 с.

## 8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### *а) основная литература*

1. Маркетинг: практикум / О. В. Нифаева, А. Н. Горностаева, Е. В. Дубаневич, Е. А. Ларичева, К. В. Логвинов, Н. О. Радькова. – Брянск: БГТУ, 2019. – 124 с.

2. Егорова М.М. Маркетинг : учебное пособие / Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81021.html> (дата обращения: 9.04.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html> (дата обращения: 26.11.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/119289>

4. Баширзаде, Р. Р. Маркетинг : учебное пособие / Р. Р. Баширзаде. — Саратов : Саратовский государственный технический университет, 2022. — 116 с. — ISBN 978-5-7433-3505-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122624.html> (дата обращения: 11.07.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователе

### *б) дополнительная литература*

1. Котлер, Филип Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; перевод Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. — 3-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 216 с. — ISBN 978-5-9614-1645-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82710.html> (дата обращения: 27.11.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-394-02732-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85241.html> (дата обращения: 27.11.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 200 с. — ISBN 978-5-394-03163-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86724.html> (дата обращения: 27.11.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Старикова, М. С. Маркетинг : учебное пособие / М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева, М. В. Дадалова. — Белгород : Белгородский государственный

технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2019. — 322 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106216.html> (дата обращения: 27.11.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых при изучении дисциплины**

- 1). Сайт научной библиотеки БГТУ (<https://libri.tu-bryansk.ru>)
- 2). Электронно-библиотечная система «Лань» (<https://e.lanbook.com>).
- 3). Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru>).
- 4). Национальная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru>).

### **8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и (или) информационных справочных систем**

- 1). Операционная система класса Microsoft Windows.
- 2). Пакет офисных прикладных программ OpenOffice или Microsoft Office.
- 3). Справочная правовая система «КонсультантПлюс»

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для обеспечения обучения необходима следующая материально-техническая база:

- аудитория для проведения лекционных занятий и организации защиты курсовых работ, оборудованная персональными компьютерами, мультимедийным компьютерным проектором, средства звуковоспроизведения (по возможности), проекционным экраном, наличием доступа в информационно-коммуникационную сеть Интернет;
- компьютерный класс для проведения лабораторных работ с установленным комплектом программного обеспечения и доступом в информационно-коммуникационную сеть интернет, оборудованный мультимедийным компьютерным проектором, средства звуковоспроизведения (по возможности), проекционным экраном ;
- учебная аудитория, оснащенная комплектом мебели и доской, для проведения консультаций, зачета, зачета с оценкой, экзамена;
- компьютерные классы с постоянным доступом к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также читальные залы научной библиотеки БГТУ для самостоятельной работы обучающихся.

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Изучение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья организуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При проведении учебных занятий обеспечивается соблюдение следующих требований:

- учебные занятия проводятся для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся в ходе учебных занятий;

- присутствие ассистента из числа работников БГТУ или привлеченных лиц, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с педагогическим работником и т. п.);

- обучающиеся с учетом их индивидуальных особенностей могут пользоваться необходимыми им техническими средствами;

- материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже; наличие специальных кресел и других приспособлений).

Университетом созданы специальные условия для получения высшего образования обучающимися с ОВЗ:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети "Интернет" для слабовидящих;

- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий (информация должна быть выполнена крупным рельефно-контрастным шрифтом (на белом или желтом фоне) и продублирована шрифтом Брайля);

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию организации;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтит-

ров (мониторы, их размеры и количество необходимо определять с учетом размеров помещения);

– обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальное понижение стоек-барьеров; наличие специальных кресел и других приспособлений).

## 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 11.1. Методические материалы для педагогических работников

Основными формами организации обучения по дисциплине являются лекции, практические занятия и самостоятельная работа обучающихся.

**Организация теоретического обучения** предполагает использование инновационных технологий проведения занятий лекционного типа, к которым, в частности, относятся: проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-исследование.

1. *Проблемная лекция* предполагает преимущественно всесторонний анализ исторических и социокультурных, образовательных явлений, научный поиск истины. Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач.

2. *Лекция-визуализация* реализует принцип наглядности и учит обучающихся преобразовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, что формирует у них профессиональное мышление за счет систематизации и выделения наиболее значимых, существенных элементов содержания обучения.

3. *Лекция-беседа* является наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения обучающихся в учебный процесс. Такая лекция предполагает непосредственный контакт (диалог) педагогического работника с аудиторией.

4. *Лекция-дискуссия*, в которой в отличие от лекции-беседы педагогический работник при изложении лекционного материала не только использует ответы обучающихся на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами.

**Организация практических занятий по дисциплине** направлена на углубление научно-теоретических знаний обучающихся, формирование практических умений и овладение определенными методами самостоятельной работы.

Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях.

Задачи практических занятий:

- помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера;
- научить обучающихся приемам решения задач из предметной области дисциплины;
- способствовать овладению навыками и умениями, входящих в структуру формируемых компетенций в результате освоения дисциплины;
- научить их работать с информацией, книгой, пользоваться справочной и научной и методической литературой;
- формировать умение учиться самостоятельно, т.е. овладевать методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

Содержание практических работ составляют:

- устные экспресс-опросы;
- групповые дискуссии;
- выполнение практических заданий;
- письменное или компьютерное экспресс-тестирование и др.

Цели практических занятий наилучшим образом достигаются в том случае, если студент предварительно проработал тематику практического занятия. Поэтому преподаватель должен информировать студентов о теме следующего практического занятия, чтобы они могли целенаправленно самостоятельно заниматься в домашних условиях.

***Самостоятельная работа обучающихся*** предполагает аудиторную и внеаудиторную формы организации.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся без участия педагогического работника являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); подготовка к занятиям; составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний и т.п.; текущий самоконтроль.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся с участием педагогического работника являются: текущие консультации, прием и разбор домашних заданий и др.

При подготовке к зачету / экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, консультации преподавателя и др.

## **11.2. Методические материалы для обучающихся**

Обучающимся, изучающим дисциплину, необходимо знать требования, предъявляемые к их различным видам учебных занятий, в том числе лекционным, практическим, индивидуальным и др. (таблица 12).



Таблица 12 – Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины

| Вид учебной работы  | Организация деятельности обучающегося   |
|---|---|
| Лекции  | Изучение дисциплины следует начинать с прослушивания и конспектирования лекций, перечитывать конспект перед выполнением домашних заданий и практическими занятиями. Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать педагогическому работнику на консультации, на практическом занятии. Над конспектами лекций надо работать систематически: первый просмотр рекомендуется сделать вечером того же дня, когда была прочитана лекция, затем просмотреть через 3-4 дня, и сделать это еще раз накануне практического занятия. |
| Практические занятия  | Ознакомление с целью и задачами занятия. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме. Выполнение (решение) практических заданий и задач по алгоритму, на основе частично поисковой и или исследовательской деятельности и др.   |
| Изучение дополнительной литературы и самостоятельное формирование конспекта | Ознакомление с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в конкретной теме. Составление аннотаций к прочитанным источникам и др. Рефлексия собственных достижений  |
| Подготовка к зачету / экзамену  | При подготовке к зачету/экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, шкалу оценивания и др.   |

## 12. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 12.1. Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины

Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины

| Код индикатора достижения компетенции | Оценочные средства текущего контроля успеваемости | Оценочные средства промежуточной аттестации обучающихся |
|---------------------------------------|---|---|
|---------------------------------------|---|---|

| Код индикатора достижения компетенции | Оценочные средства текущего контроля успеваемости  | Оценочные средства промежуточной аттестации обучающихся                            |
|---------------------------------------|--|--|
| ОПК-4.1.                              | 1. Устные экспресс-опросы (темы 1-20).<br>2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 1-20). | Вопросы к зачету представлены в ФОС .<br>Вопросы к экзамену представлены в ФОС     |
| ОПК-4.2.                              | 1. Устные экспресс-опросы (темы 1-20).<br>2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 1-20). | Вопросы к зачету представлены в ФОС .<br>Вопросы к экзамену представлены в ФОС     |
| ОПК-4.3.                              | 1. Устные экспресс-опросы (темы 1-20).<br>2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 1-20). | Вопросы к зачету представлены в ФОС .<br>Вопросы к экзамену представлены в ФОС ... |

## 12.2. Шкала оценивания при текущем контроле успеваемости

Оценивание отдельных видов работ в процессе изучения дисциплины рекомендуется осуществлять с использованием следующей шкалы:

– обучающийся ответил правильно на более, чем 90 % заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и успешно защитил практические работы, показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «отлично» (максимальный уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на 75-89% заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и защитил практические работы с незначительными замечаниями, показал хорошее владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «хорошо» (средний уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на 60-74% заданных вопросов или вопросов-тестов, выполнил и защитил практические работы со значительными замечаниями, показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «удовлетворительно» (минимальный уровень освоения компетенций);

– обучающийся ответил правильно на менее, чем 60% заданных вопросов или вопросов-тестов, не выполнил все или выполнил часть практических работ, не защитил или защитил их со значительными замечаниями, при выполнении задания обучающийся не продемонстрировал уровень самостоятельного владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала и т.д. – «неудовлетворительно» (минимальный уровень освоения компетенций не достигнут).

В процесс преподавания дисциплины педагогическим работником формируется оценка, характеризующая текущую успеваемость обучающегося.

### 12.3. Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся

При проведении промежуточной аттестации обучающихся в форме зачета/ экзамена используется шкала оценивания, представленная в таблице 14.

Таблица 14 – Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся

| Уровень освоения<br>(оценка)                | Планируемые результаты освоения дисциплины   |
|---|--|
| Высокий (зачтено / «отлично»)               | Обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, уверенно это демонстрирует в ходе промежуточной аттестации. Исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.  |
| Повышенный (зачтено / «хорошо»)             | Обучающийся знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.  |
| Базовый (зачтено / «удовлетворительно»)     | Обучающийся знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении в ходе промежуточной аттестации.<br>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. |
| Низкий (не зачтено / «неудовлетворительно») | Обучающийся не знает на пороговом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.               |

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) оценивается по пятибалльной системе. Шкала оценивания представлена в таблице 15.

Таблица 15 – Шкала оценивания, применяемая при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) для технических дисциплин не применяется

| Уровень освоения<br>(оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины  |
|------------------------------|---|
| «отлично»                    | <b>а) Содержание работы:</b><br>– работа полностью соответствует теме исследования; |

| Уровень освоения<br>(оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины   |
|------------------------------|--|
|                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– грамотно обоснована актуальность работы;</li> <li>– обучающийся показывает глубокую общетеоретическую подготовку;</li> <li>– обучающийся корректно использует терминологический аппарат;</li> <li>– в работе используются актуальные источники, нормативные документы, законодательные акты;</li> <li>– обучающийся демонстрирует умение работать с различными видами источников информации, в том числе с данными, полученными экспериментальным путем и с электронными библиотечными системами вуза;</li> <li>– обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать и научно классифицировать материал;</li> <li>– исследование завершается научно-значимыми выводами и/или практическими рекомендациями.</li> </ul> <p><b>б) Владение навыками научного исследования:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся владеет методологическими подходами к изучению предмета исследования и конкретными методиками;</li> <li>– обучающийся умеет грамотно составить программу исследования (определить научную проблему, объект, предмет, цели, задачи, подобрать методы исследования), обосновать научную новизну и/или практическую значимость данного исследования;</li> <li>– обучающийся умеет делать аргументированные выводы, соответствующие поставленным целям и задачам;</li> <li>– обучающийся умеет предложить варианты использования результатов исследования в профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>в) Оформление курсовой работы (проекта):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работа оформлена в соответствии с локальными актами.</li> </ul> <p><b>г) Защита курсовой работы (проекта):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся в устном выступлении на защите адекватно представляет результаты исследования;</li> <li>– обучающийся аргументированно отвечает на вопросы и ведет научную дискуссию;</li> <li>– обучающийся владеет научным стилем изложения;</li> <li>– обучающийся владеет понятийным аппаратом.</li> </ul> |
| «хорошо»                     | <p><b>а) Содержание работы:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– полностью соответствует теме исследования;</li> <li>– актуальность работы обоснована недостаточно аргументированно;</li> <li>– обучающийся показывает достаточную общетеоретическую подготовку, допуская погрешности в использовании терминологического аппарата;</li> <li>– обзор теоретических и практических наработок по проблеме имеет описательный, а не аналитический характер;</li> <li>– источниковая база исследования недостаточно широкая;</li> <li>– обучающийся демонстрирует умение работать с различными видами источников, в том числе с данными, полученными экспериментальным путем;</li> <li>– обучающийся проявляет способности обобщать, систематизировать и научно классифицировать материал;</li> </ul>   |

| Уровень освоения<br>(оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины  |
|------------------------------|---|
|                              | <p>– в работе отсутствуют научно-значимые выводы и/или практические результаты.</p> <p><b>б) Владение навыками научного исследования:</b></p> <p>– не обоснована научная новизна и практическая значимость данного исследования;</p> <p>– присутствуют отдельные недочеты в программе исследования (недостаточно аргументированно определена научная проблема, неверно сформулированы объект, предмет, цели, задачи, методы исследования подобраны не вполне корректно);</p> <p>– выводы исследования недостаточно аргументированны, не соответствуют поставленным целям и задачам.</p> <p><b>в) Оформление курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– работа оформлена в соответствии с локальными актами.</p> <p><b>г) Защита курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– обучающийся в устном выступлении на защите адекватно представляет результаты исследования;</p> <p>– обучающийся владеет научным стилем изложения;</p> <p>– обучающийся владеет понятийным аппаратом;</p> <p>– обучающийся во время защиты не смог ответить на ряд вопросов по предмету исследования.</p> |
| «удовлетворительно»          | <p><b>а) Содержание работы:</b></p> <p>– частично соответствует теме исследования;</p> <p>– не обоснована актуальность работы;</p> <p>– обучающийся обнаружил удовлетворительные знания по предмету;</p> <p>– в работе отсутствует обзор теоретических и практических наработок по проблеме;</p> <p>– источниковая база исследования недостаточно широка, обучающийся использует лишь данные научной литературы;</p> <p>– обучающийся не сумел продемонстрировать умение работать с различными видами источников;</p> <p>– в работе отсутствуют научно-значимые выводы или практические результаты.</p> <p><b>б) Оформление курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– работа оформлена в соответствии с локальными актами.</p> <p><b>в) Защита курсовой работы (проекта):</b></p> <p>– в устном выступлении на защите обучающийся не может адекватно представить результаты исследования;</p> <p>– обучающийся отстает от научного стиля изложения;</p> <p>– обучающийся затрудняется в аргументации, отвечая на вопросы по теме работы.</p>                                    |
| «неудовлетворительно»        | <p>– имеются принципиальные замечания по пяти и более параметрам курсовой работы (проекта);</p> <p>– обучающийся допустил грубые теоретические ошибки, не владеет навыками исследования.</p>  |

Таблица 16 – Шкала оценивания, применяемая при выполнении и защите курсовой работы (курсового проекта) для гуманитарных дисциплин не применяется

| Уровень освоения<br>(оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины  |
|------------------------------|---|
| «отлично»                    | <p>Актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи, объект, предмет работы сформулированы корректно. Материал систематизирован, обоснованно используются современные методы и инструменты исследования. Тема работы полностью раскрыта, четко выражена авторская позиция, имеются логичные и обоснованные выводы. В работе использованы практические кейсы по выбранной теме, содержится анализ российского и зарубежного опыта, проведен обзор научной литературы.</p> <p>Отбор источников проведен корректно, проведен глубокий теоретический анализ и сформулированы исследовательские пробелы. Источники удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Полученные результаты достоверны и аргументированы. Указаны перспективы исследования и/или практическая значимость.</p> <p>Работа оформлена в строгом соответствии с установленным стандартом и требованиям. Стил ь изложения научный.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на высоком уровне. Автор свободно ориентируется в материале, оперирует научной терминологией по рассматриваемой проблеме, может аргументировано отстаивать свою точку зрения и ответить на возникающие вопросы. Хорошо структурированы доклад и презентация.</p> |
| «хорошо»                     | <p>Актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи сформулированы корректно, есть неточности в определении объекта и предмета работы. Теоретический анализ проведен не достаточно глубоко. Материал систематизирован, используются современные методы и инструменты исследования.</p> <p>Отбор источников проведен корректно: источники являются актуальными, соответствуют теме исследования, удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Полученные результаты в целом достоверны и аргументированы.</p> <p>Тема работы в целом раскрыта, прослеживается авторская позиция, сформулированы необходимые выводы; использованы соответствующая основная и дополнительная литература, а также нормативные правовые акты и другие источники.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на хорошем уровне. Автор уверенно ориентируется в материале. Имеются замечания /неточности в части изложения и отдельные недостатки по оформлению работы. Доклад в целом правильно структурирован, презентация раскрывает тему и содержание работы.</p>  |
| «удовлетворительно»          | <p>Актуальность работы обозначена поверхностно, нет поддерживающих аргументов. Цели и задачи работы сформулированы</p>  |

| Уровень освоения (оценка) | Планируемые результаты освоения дисциплины   |
|---------------------------|--|
|                           | <p>недостаточно корректно. Проведено реферирование источников без глубокого критического анализа, количество источников ограничено.</p> <p>Материал слабо систематизирован, обоснованно используются методы и инструменты исследования, достоверность полученных результатов слабо обоснована.</p> <p>Работа оформлена с нарушениями, язык работы не соответствует научному стилю, есть замечания к оформлению списка источников. Структура презентации не полностью раскрывает тему. Имеются существенные ошибки в оформлении презентации, библиографии, визуальных материалов.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на среднем уровне Автор не ответил на ряд из заданных вопросов.</p>  |
| «неудовлетворительно»     | <p>Актуальность работы не обозначена. Цель работы расходится с темой, сформулированные задачи не позволяют раскрыть тему. Материал не систематизирован, нет понимания возможностей корректного использования методов и инструментов исследования, результаты исследования не сформулированы. Материал работы не структурирован, логика изложения материала нарушена.</p> <p>Используемые источники не являются актуальными, не соответствуют теме курсовой работы (проекта), не удовлетворяют требованиям по количеству.</p> <p>Работа оформлена с нарушениями требований, язык работы не соответствует научному стилю, присутствует некорректное оформление работы с первоисточниками.</p> <p>Материал изложен без собственной оценки и выводов.</p> <p>Обучающийся проявил способность к самоорганизации и самообразованию, самостоятельность в работе над темой на низком уровне Автор плохо ориентируется в представленном материале. Структура презентации не раскрывает тему. Имеются существенные ошибки в оформлении презентации, библиографии, визуальных материалов. Автор не ответил на большинство из заданных вопросов.</p> |

#### 12.4. Оценивание окончательных результатов обучения по дисциплине

Итоговая оценка по дисциплине определяется с учетом результатов промежуточной аттестации обучающегося (зачета / экзамена) и оценок, полученных обучающимся в ходе текущего контроля успеваемости в семестре.

#### 12.5. Характеристика результатов обучения

Характеристики результатов обучения по дисциплине в зависимости от полученной обучающимся оценки приведены в таблице 17.

Таблица 17 – Характеристика результатов обучения по дисциплине

| Оценка | Характеристика результатов обучения |
|--------|-------------------------------------|
|--------|-------------------------------------|

| Оценка  | Характеристика результатов обучения   |
|---|---|
| Зачтено / «Отлично» (высокий уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине)               | Содержание дисциплины освоено полностью, все цели достигнуты, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены   |
| Зачтено / «Хорошо» (повышенный уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине)             | Содержание дисциплины освоено полностью, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями  |
| Зачтено / «Удовлетворительно» (базовый уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине)     | Содержание дисциплины освоено частично, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, в них имеются ошибки   |
| Не зачтено / «Неудовлетворительно» (низкий уровень освоения всех индикаторов достижения компетенций в дисциплине) | Содержание дисциплины не освоено, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнены, либо содержат грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не привела к какому-либо значительному повышению качества выполнения учебных заданий |

## 12.6. Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся представлены в электронном курсе «Маркетинг», размещенном в системе электронной поддержки учебных курсов на базе программного обеспечения Moodle со встроенной подсистемой тестирования ([edu.tu-bryansk.ru](http://edu.tu-bryansk.ru)), входящей в состав электронной информационно-образовательной среды БГТУ (<http://edu.tu-bryansk.ru>) и «Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг».

## 13. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

В соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» воспитание - «деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде».

В учебном процессе воспитательная работа с обучающимися реализуется средствами учебных дисциплин.

Воспитательная деятельность в ходе преподавания дисциплины направлена на формирование у обучающегося системы убеждений, нравственных



норм и общекультурных качеств, на оказание им помощи в жизненном самоопределении, нравственном, гражданском и профессиональном становлении, на создание условий для самореализации личности. Воспитательная работа также ориентирует обучающихся на будущую профессиональную деятельность, формируя не только личностные, но и профессионально значимые качества.

Воспитательные задачи во время учебных занятий выполняются в скрытой (контекстной) и открытой (целенаправленной) формах. Скрытая форма воспитательной работы представляет собой воздействие всего хода педагогического процесса на становление личностных качеств обучающихся. Например, соблюдение педагогическим работником трудовой дисциплины, демонстрация преданности науке, заинтересованность в успехе обучающихся, правильная речь, хорошие манеры и т.п. имеют положительное воспитательное значение и формируют у обучающихся добросовестность, исполнительность, трудолюбие, ответственность и другие положительные качества. Обучающиеся неосознанно перенимают данные черты у педагогического работника.

Воспитание в открытой форме – это целенаправленное воздействие содержанием учебной дисциплины на становление личности обучающегося. Например, решение проблем и исследовательская работа формируют у обучающихся умение аргументировать, самостоятельно мыслить, стремление к научному поиску, развивают творчество, профессиональные умения.