



**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

«22» апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

«Маркетинг»

(наименование дисциплины)

38.03.05 Бизнес-информатика

(код и наименование специальности или направления подготовки)

Цифровая экономика

(направленность (профиль)/ специализация образовательной программы)

высшее образование – бакалавриат

(уровень образования)

бакалавр

(квалификация, присваиваемая по специальности или направлению подготовки)

очная

(форма обучения)

2021

(год набора)

Брянск 2022

Рабочая программа учебной дисциплины
«Маркетинг»

(наименование дисциплины)

38.03.05 Бизнес-информатика

(код и наименование специальности или направления подготовки)

Цифровая экономика

(направленность (профиль)/специализация образовательной программы)

Разработал(и):

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

«Цифровая экономика»

(наименование выпускающей кафедры)

К.Э.Н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Н.В. Подобай

(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 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) дисциплины.....	8
5.3. Лекции	9
5.4. Лабораторные работы	13
5.5. Практические занятия	14
5.6. Самостоятельная работа обучающихся	18
5.7. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся	22
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	23
7. РЕАЛИЗАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И (ИЛИ) ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	24
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	24
8.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся	24
8.2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых при изучении дисциплины	26
8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и (или) информационных справочных систем	26
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	26
10. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	27

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	28
11.1. Методические материалы для педагогических работников	28
11.2. Методические материалы для обучающихся	30
12. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	31
12.1. Виды и средства оценивания результатов освоения дисциплины	31
12.2. Шкала оценивания при текущем контроле успеваемости	31
12.3. Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся	33
12.4. Оценивание окончательных результатов обучения по дисциплине	34
12.5. Характеристика результатов обучения	34
12.6. Контрольно-измерительные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся	34
13. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА	34

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 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика».

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, 4 семестре.

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

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

Базируются на изучении дисциплины: «Информационные технологии в маркетинге».

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 понимать принципы работы информационных технологий; использо-	ОПК-4.1 Понимает принципы работы информационных технологий;	основные принципы работы информационных технологий	понимать принципы работы информационных технологий	принципами работы информационных технологий
	ОПК-4.2 Использует ин-	основные ме-	использовать	приемами и

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.

[illegible]

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
Раздел 1. Методологические основы маркетинга	16	4	-	4	8
Тема 1. <i>Маркетинг как система</i>	8	2	-	2	4
Тема 2. <i>Эволюция концепций маркетинга</i>	8	2	-	2	4
Раздел 2. Анализ маркетинговой среды	64	14	-	18	32
Тема 3. <i>Рынок - основная среда маркетинга</i>	10	2	-	2	6
Тема 4. <i>Анализ потребителей</i>	12	2	-	4	6
Тема 5. <i>Сегментирование рынка и позиционирование товара</i>	14	4	-	4	6
Тема 6. <i>Анализ конкурентов</i>	12	2	-	4	6
Тема 7. <i>Система маркетинговой информации и процесс проведения маркетинговых исследований.</i>	16	4	-	4	8
Раздел 3. Формирование комплекса маркетинга	128	22	-	34	72
Тема 8. <i>Товар как элемент системы маркетинга</i>	16	4	-	4	8
Тема 9. <i>Рыночная атрибутика товара</i>	12	2	-	2	8
Тема 10. <i>Товарная политика в системе маркетинга</i>	16	4	-	4	8
Тема 11. <i>Ценообразование в системе маркетинга</i>	12	2	-	2	8
Тема 12. <i>Маркетинговые стратегии цен</i>	12	2	-	2	8
Тема 13. <i>Распределение в маркетинге</i>	12	2	-	2	8
Тема 14. <i>Основы маркетинговых коммуникаций</i>	12	2	-	2	8
Тема 15. <i>Сущность и содержание рекламы.</i>	12	2	-	2	8
Тема 16. <i>Инструменты маркетинговых коммуникаций</i>	12	2	-	2	8

Наименование раздела (темы) дисциплины	Трудоемкость, час.				
	Всего	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 4 Стратегическое управление маркетингом	36	6	-	6	24
Тема 17. <i>Планирование маркетинговой деятельности на предприятии</i>	12	2	-	2	8
Тема 18 <i>Организация маркетинговой работы на предприятии.</i>	12	2		2	8
Тема 19. <i>Контроль, оценка и аудит маркетинга</i>	12	2		2	8
Раздел 5. Международный маркетинг	8	2	-	2	4
Тема 20. <i>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга</i>	8	2	-	2	4
Итого	252	48	-	64	140

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.
Раздел 1. Методологические основы маркетинга	+	+
Тема 1. Маркетинг как система	+	+
Тема 2. Эволюция концепций маркетинга	+	+
Раздел 2. Анализ маркетинговой среды	+	+
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.	+	+
Раздел 3. Формирование комплекса маркетинга	+	+
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	+	+

Наименование раздела (темы) дисциплины	Код индикатора достижения компетенций	
	ОПК- 4.1.	ОПК- 4.2.
Тема 15. Сущность и содержание рекламы.	+	+
Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций	+	+
Раздел 4 Стратегическое управление маркетингом	+	+
Тема 17. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии	+	+
Тема 18 Организация маркетинговой работы на предприятии.	+	+
Тема 19. Контроль, оценка и аудит маркетинга	+	+
Раздел 5. Международный маркетинг	+	+
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. 2.История возникновения маркетинга. 3. Цели, виды и функции маркетинга	2
Тема 2. <i>Эволюция концепций маркетинга</i>	1. Эволюция концепций маркетинга	1.Концепции маркетинга Производственная, товарная, интенсификации коммерческих усилий, традиционная, социально-экономическая, взаимодействия. 2.Содержание маркетинговой концепции взаимодействия	2
Тема 3. <i>Рынок - основная среда маркетинга</i>	1.Рынок – основная среда маркетинга	1Маркетинговая среда. Анализ макросреды фирмы (PESTE –анализ) 2. Анализ микросреды фирмы. 3. Анализ внутренней среды фирмы	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
Тема 4. <i>Анализ потребителей</i>	1.Анализ потребителей	1.Особенности потребителей; модель потребительского поведения на потребительских рынках. 2.Характеристика организаций потребителей. Модель поведения корпоративных потребителей.	2
Тема 5. <i>Сегментирование рынка и позиционирования товара</i>	1.Сегментирование рынка	1. Процесс сегментации рынка. Основные критерии сегментации. 2.Особенности сегментации на рынках организаций. Критерии сегментации промышленного рынка. 3.Выбор целевых сегментов рынка. Критерий привлекательности сегмента	2
	2. Позиционирование рынка	1.Выбор стратегии охвата рынка. Недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг. 2..Позиционирование товаров на рынке	2
Тема 6. <i>Анализ конкурентов</i>	1.Анализ конкурентов	1Модель пяти конкурентных сил Портера. 2Исследование конкурентоспособности продукта. 3Исследование конкурентоспособности маркетинговой деятельности. 4Изучение конкурентоспособности фирмы в целом. 5.Выбор конкурентной стратегии по матрице Портера.	2
Тема 7. <i>Система маркетинговой информации процесс проведения маркетинговых исследований</i>	1.Система маркетинговой информации	1. Система маркетинговой информации. 2.Процесс маркетингового исследования. 3.Процесс получения первичной информации. Тех-	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
	2.Процесс проведения маркетинговых исследований	нология разработки анкеты для опроса потребителей. 1. Качественный маркетинг. 2.Бенчмаркинг.	2
Тема 8. <i>Товар как элемент системы маркетинга</i>	1.Товар как элемент системы маркетинга	1.Понятие товара в маркетинге; три уровня разработки товара. 2.Классификация товаров.	2
	2.Стратегический анализ товаров с позиции жизненного цикла .	1.Стратегический анализ товаров с позиции жизненного цикла.	2
Тема 9. <i>Рыночная атрибутика товара</i>	1.Рыночная атрибутика товара	1.Товарные марки. Брендинг. 2.Услуги, относящиеся к товару; виды и задачи сервиса 3.Упаковка и маркировка товаров	2
Тема 10. <i>Товарная политика в системе маркетинга</i>	1.Товарная политика в системе маркетинга	1.Анализ товаров с точки зрения потребителя. 2.Анализ товаров с экономической точки зрения. 3.Качество и конкурентоспособность товара. 4. Формирование и управление ассортиментом товаров 5. Политика и стратегия нового товара	2
	2.Формирование товарной политики и стратегии	1.Стандартизация и сертификация в системе обеспечения качества и конкурентоспособности товара. 2.Формирование товарной политики и стратегии. 3.Модели, используемые при разработке товаров фирмы. Портфельные стратегии. 4.Системы организации службы маркетинга и её место в создании и реализации товаров	2
Тема 11. <i>Ценообразова-</i>	1.Ценообразование в	1.Рыночная цена и факто-	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
<i>ние в системе маркетинга</i>	системе маркетинга	ры ее определяющие. Теоретические основы рыночного ценообразования. 2.Виды цен. 3. Методика расчета цен.	
Тема 12. <i>Маркетинговые стратегии цен</i>	1.Маркетинговые стратегии цен	1.Установление цен на новые товары. 2. Основные стратегии ценообразования	2
Тема 13. <i>Распределение в маркетинге</i>	1.Распределение в маркетинге	1.Сущность распределения в комплексе маркетинга 2.Формирование каналов распределения: виды каналов; уровни каналов; характеристики каналов; функции каналов. 3.Выбор торгового посредника. 4.Охват рынка каналами распределения: интенсивное, селективное, эксклюзивное распределение.	2
Тема 14. <i>Основы маркетинговых коммуникаций</i>	1.Основы маркетинговых коммуникаций	1.Определение продвижения и его виды. 2.Коммуникативный микс и его структура 3.Основные правила коммуникации. 4.Характеристика инструментов продвижения. 5.Выбор наиболее эффективного средства продвижения.	2
Тема 15. <i>Сущность и содержание рекламы</i>	1.Сущность и содержание рекламы	1Цели и методы рекламы. 2.Планирование и стратегии рекламы	2
Тема 16. <i>Инструменты маркетинговых коммуникаций</i>	1.Инструменты маркетинговых коммуникаций	1.Решения по стимулированию сбыта 2. Личная продажа 3.Спонсоринг 4.Выбор наиболее эффективного средства продвижения 5.Решения по стимулированию	2

Наименование темы дисциплины	Тема лекции	Содержание лекции	Трудоемкость, час.
		ванию сбыта	
Тема 17. <i>Планирование маркетинговой деятельности на предприятии</i>	1.Планирование маркетинговой деятельности предприятия	1.Определение маркетинговых целей; 2.Ситуационный SWOT-анализ; 3.Формирование маркетинговых стратегий; 4.Формирования маркетингового плана; 5.Формирование бюджета маркетинга.	2
Тема 18. <i>Организация маркетинговой работы на предприятии.</i>	1.Организация маркетинговой работы на предприятии	1.Эволюция структур маркетинга. 2. Структуры маркетинговой службы в российском бизнесе. 3.Взаимосвязь службы маркетинга с другими службами предприятия	2
Тема 19. <i>Контроль, оценка и аудит маркетинга</i>	1.Контроль, оценка и аудит маркетинга	1.Контроль маркетинга по видам планов 2.Аудит маркетинга.	2
Тема 20. <i>Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга</i>	1 Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга	1.Понятие, сущность и задачи международного маркетинга 2.Концепции международного маркетинг 3.Принципы, среда международного маркетинга 4. Жизненный цикл товара на международных рынках	2
Итого	—	—	48

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. Маркетинг как система	Маркетинг как система	Экспресс-опрос по теме «Маркетинг как система». Экспресс-тестирование	2
Тема 2. Эволюция концепций маркетинга	Эволюция концепций маркетинга	Экспресс-опрос по теме «Эволюция концепций маркетинга». Экспресс-тестирование Анализ и решение ситуаций по определению концепций маркетинга	2
Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга	Рынок - основная среда маркетинга	Экспресс-опрос по теме «Рынок - основная среда маркетинга». Экспресс-тестирование Анализ среды косвенного воздействия (на примере конкретного предприятия)	2
Тема 4. Анализ потребителей	Анализ потребителей	Экспресс-опрос по теме «Анализ потребителей». Экспресс-тестирование Решение ситуаций	2
	Разработка модели потребителей	Разработка модели потребителей потребительского и промышленного рынка (на примере конкретного предприятия)	2

Наименование темы дисципли- ны	Тема практического заня- тия	Содержание практиче- ского занятия	Трудоемкость, час.
Тема 5. Сегменти- рование рынка и позиционирование товара	Сегментирование рынка и по- зиционирование товара	Экспресс-опрос по те- ме «Сегментирование рынка и позициониро- вание товара». Экспресс- тестирование. Решение ситуаций	2
	Проведение сегментации по- требительского и промыш- ленного рынка	Проведение сегмента- цию потребительского и промышленного рынка (на примере конкретных предприятий).	2
Тема 6. Анализ конкурентов	Анализ конкурентов	Экспресс-опрос по теме «Анализ конкурентов». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций	2
	Анализ конкурентоспособно- сти предприятия	Анализ конкурентоспо- собности предприятия (на примере конкретного предприятия)	2
Тема 7 Система маркетинговой информации. Ме- тоды и процесс проведения мар- кетинговых ис- следований	Система маркетинговой ин- формации.	Экспресс-опрос по теме «Система маркетинговой информации. Методы и процессы маркетинговых исследований. Экспресс- тестирование. Решение ситуаций по составле- нию «закрытых вопро- сов»	2
	Разработка и анализ анкеты	Разработка и анализ ан- кеты по опросу потреби- телей	2
Тема 8 Товар как элемент системы маркетинга	Товар как элемент системы маркетинга	Экспресс-опрос по те- ме «Товар как элемент системы маркетинга» Экспресс-тестирование. Решение ситуаций.	2
	Анализ жизненного цикла то- вара	Провести анализ жиз- ненного цикла товара (на примере предприятия)	2

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	2
Тема 10 Товарная политика в системе маркетинга	Товарная политика	Экспресс-опрос по теме «Товарная политика в системе маркетинга». Экспресс-тестирование.. Анализ товара с точки зрения потребителей (метод Розенберга)	2
	Разработка мультиатрибутивной модели. Расчет матрицы БКГ	Разработка мультиатрибутивной модели в товарной политике (на примере промышленного предприятия). Расчет и построение матрицы БКГ (на примере конкретного предприятия)	2
Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга	Ценообразование в системе маркетинга	Экспресс-опрос по теме «Ценообразование в системе маркетинга». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций.	2
	Метод безубыточности	Метод безубыточности. Расчет критического объема ($Q_{кр}$). Построение графика безубыточности (на примере промышленного предприятия)	2
Тема 12. Маркетинговые стратегии цен	Маркетинговые стратегии цен	Экспресс-опрос по теме «Маркетинговые стратегии цен». Экспресс-тестирование. Решение ситуаций	2
	Определение ценовой стратегии	Определение ценовой стратегии (на примере конкретного предприятия)	2
Тема 13. Распределение в маркетинге	Распределение в маркетинге	Экспресс-опрос по теме «Распределение в маркетинге». Экспресс-	2

Наименование темы дисциплины	Тема практического занятия	Содержание практического занятия	Трудоемкость, час.
		тестирование. Организация каналов распределения (на примере конкретного предприятия)	
	Охват рынка каналами распределения	Охват рынка каналами распределения. Определение стратегии товародвижения (на примере промышленного предприятия)	2
Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций	Основы маркетинговых коммуникаций	Экспресс-опрос по теме «Основы маркетинговых коммуникаций». Экспресс-тестирование Решение ситуаций	2
	Проведение анализа маркетинговых коммуникаций	Проведение анализа маркетинговых коммуникаций (на примере промышленного предприятия)	2
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)	2
Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций	Инструменты маркетинговых коммуникаций	Экспресс-опрос по теме «Инструменты маркетинговых коммуникаций». Экспресс-тестирование Решение ситуаций	2
Тема 17 Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.	Формирование маркетинговой стратегии	Формирование маркетинговой стратегии, маркетингового плана, бюджета маркетинга (на примере промышленного предприятия)	2
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	2

Наименование темы дисциплины	Тема практического занятия	Содержание практического занятия	Трудоемкость, час.
Тема 19 Контроль, оценка и аудит маркетинга	Контроль, оценка и аудит маркетинга	Экспресс- опрос по теме « Контроль, оценка и аудит маркетинга». Экспресс-тестирование Решение ситуаций	2
Тема 20 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 Решение ситуаций	2
Итого	–	-	64

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 атрибутика товара	1.Упаковка и маркировка товаров
Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга	1.Модели, используемые при разработке товаров фирмы. 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	1.Стратегия гибких цен.

Наименование темы дисциплины	Вопросы для самостоятельного изучения темы
цен	2.Стратегия. 3Стратегия льготных цен. 4.Стратегия ориентированная на условия конкуренции.
Тема 13.Распределение в маркетинге	1.Оптовая и розничная торговля. 2.Мерчендайзинг. 3.Использование прямого маркетинга в распределении.
Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций	1.Характеристика инструментов продвижения. 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. 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	1.Мировые цены. 2.Ценовая политика на международных рынках. 3.Сервис в международной торговле

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 (выбра)
Тема 1. Маркетинг как система	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 2. Эволюция концепций мар-	Самостоятельное изучение вопросов темы.

Наименование темы дисциплины	Виды самостоятельной работы <i>(выбрана)</i>
кетинга	Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 3. Рынок - основная среда маркетинга	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 4. Анализ потребителей	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 5. Сегментирование рынка и позиционирование товара	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 6. Анализ конкурентов	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 7. Система маркетинговой информации. Методы и процесс проведения маркетинговых исследований	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 8. Товар как элемент системы маркетинга	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 9. Рыночная атрибутика товара	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы

Наименование темы дисциплины	Виды самостоятельной работы <i>(выбрана)</i>
	Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР/реферата. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 10. Товарная политика в системе маркетинга	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 11. Ценообразование в системе маркетинга	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 12. Маркетинговые стратегии цен	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 13. Распределение в маркетинге	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 14. Основы маркетинговых коммуникаций	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 15. Сущность и содержание рекламы	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 16. Инструменты маркетинговых коммуникаций	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР.

Наименование темы дисциплины	Виды самостоятельной работы (выбра)
	Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 17. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 18. Организация маркетинговой работы на предприятии.	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема.19 Контроль, оценка и аудит маркетинга	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации
Тема 20. Принципы, методы, формы и стратегии международного маркетинга	Самостоятельное изучение вопросов темы. Проработка и повторение лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы Подготовка к практическому занятию. Выполнение РГР. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации

Учебным планом в рамках дисциплины предусмотрено выполнение расчетно-графической работы (РГР).

Выполнение РГР осуществляется в соответствии с методическими указаниями, содержащимися в соответствующем разделе электронного курса «Маркетинг» информационно-образовательной среды БГТУ (<http://edu.tu-bryansk.ru>).

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, защита письменной работы, доклада по результатам самостоятельной работы, рефератов и т.д.); - письменная (письменный опрос, выполнение конспектов, глоссариев, расчетно-графической работы / курсового проекта / курсовой работы и т.д.); - 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. Лекция-визуализация. Лекция-беседа. Лекция-дискуссия.
Практические занятия	Решение практических задач. Тестирование.
Самостоятельная работа обучающихся	Проработка лекционного материала. Изучение рекомендуемой литературы. Выполнение практического задания . Выполнение расчетно-графической работы. Подготовка к практическим занятиям. Изучение дополнительной литературы и самостоятельное формирование конспекта. Подготовка к экзамену/зачету
Консультации	Концентрация внимания на отдельных вопросах. Личностно-ориентированный подход. Диалог.

Вид учебной работы	Применяемые образовательные технологии
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;
- методические указания для выполнения расчетно-графической работы;
- 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. для обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика», форма обучения – очная.

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

1. Маркетинг. Планирование комплекса маркетинга : методические указания к выполнению расчетно-графической работы для студентов очной формы обучения по направлениям подготовки: 38.03.01 – Экономика, профиль «Финансы»; 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Экономика и управление на предприятии»; 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика». – Брянск : БГТУ

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: 9.04.2022). — 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. пользователей

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, 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 проведе-

- ния 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, прочесть 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 субтитров (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 от-

веты 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, выполнение расчетно-графической работы/курсового проекта/курсовой работы.

Выполнение РГР по дисциплине предусматривает информирование студентов о ее целях, структуре, выдачу методических указаний и задания, разъяснения по выбору варианта, ознакомление с порядком и сроками сдачи готовых материалов, проведение индивидуальных консультаций и разъяснение отдельных вопросов при необходимости.

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; помечать 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
Выполнение расчетно-графической работы	При выполнении расчетно-графической работы/курсового проекта/курсовой работы, обучающемуся следует придерживаться методических указаний. Предусмотрен следующий алгоритм действий: выбор варианта РГР, подбор и системати-

Вид учебной работы	Организация деятельности обучающегося
	зация теоретического материала, являющегося основой для написания теоретического раздела/решения практических задач, проведение расчетов по исходным данным и анализ полученных значений, формулирование выводов по полученным результатам. Выполненная работа передается преподавателю на проверку. При необходимости осуществляется доработка отдельных частей работы с учетом требований и замечаний преподавателя.
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
ОПК-4.1.	1. Устные экспресс-опросы (темы 1 - 20). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 1-5). 3. Расчетно-графическая работа	Вопросы к зачету представлены в ФОС . Вопросы к экзамену представлены в ФОС
ОПК- 4.2.	1. Устные экспресс-опросы. (темы 1-20). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 5-7, 17-20). 3. Расчетно-графическая работа	Вопросы к зачету представлены в ФОС . Вопросы к экзамену представлены в ФОС
ОПК- 4.3	1. Устные экспресс-опросы (темы 1 - 20). 2. Экспресс-тестирование (комплекты тестов по темам 4-20). 3. Расчетно-графическая работа ...	Вопросы к зачету представлены в ФОС . 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).

Критерии и шкала оценки РГР по дисциплине представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Критерии и шкала оценки РГР по дисциплине

Оценка	Оцениваемые параметры
«отлично»	Теоретический вопрос раскрыт полностью без смысловых и логических ошибок. Задание решено верно. На защите ответ обучающегося полный и правильный. Обучающийся способен изложить решение задания, сделать собственные выводы, проанализировать основные показатели. В полном объеме представлен соответствующий графический материал.
«хорошо»	Теоретический вопрос раскрыт на достаточно высоком уровне без смысловых и логических ошибок. Задание решено верно. Имеются незначительные недочеты в определении единиц измерения, точности вычислений и т.п. На защите ответ обучающегося в целом полный и правильный. Обучающийся способен изложить решение задания, сделать собственные выводы, проанализировать основные показатели. В полном объеме представлен соответствующий графический материал.
«удовлетворительно»	Теоретический вопрос раскрыт на достаточном уровне, без существенных смысловых и логических ошибок. Задание решено верно, но имеются значительные недочеты в его решении, связанные с неполнотой ответа, с правильным исчислением одних данных и неверным – других и пр. На защите ответ неполный. Обучающийся способен четко изложить решение задания, но допускает неточности в формулировке собственных выводов и анализе основных показателей. В неполном объеме представлен графический материал.
«неудовлетворительно»	Теоретический вопрос не раскрыт или раскрыт не полностью при наличии разного рода неточностей и ошибок. Задание решено со значительными недочетами, с неполными ответами, с неправиль-

Оценка	Оцениваемые параметры
	ным исчислением данных. На защите ответ обучающегося неполный. Обучающийся не способен четко изложить решение задания, допускает неточности в формулировке собственных выводов, не способен проанализировать основные показатели. Графический материал не представлен или представлен не в полном объеме.

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 15.

Таблица 15 – Шкала оценивания при промежуточной аттестации обучающихся

Уровень освоения (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. 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.

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 16.

Таблица 16 – Характеристика результатов обучения по дисциплине

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), 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 россий-

ском 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.