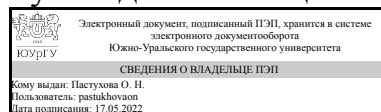


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель специальности



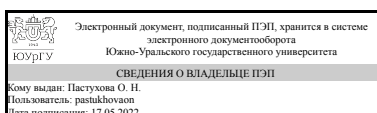
О. Н. Пастухова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.15 Маркетинг  
для специальности 38.05.01 Экономическая безопасность  
уровень Специалитет  
форма обучения заочная  
кафедра-разработчик Экономика, финансы и финансовое право

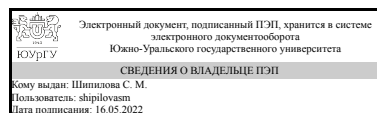
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.05.01 Экономическая безопасность, утверждённым приказом Минобрнауки от 14.04.2021 № 293

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.



О. Н. Пастухова

Разработчик программы,  
к.экон.н., доц., доцент



С. М. Шипилова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель - сформировать у студентов целостное представление о маркетинге как о современной деловой философии с одной стороны, и практической деятельности фирмы в условиях современных рынков – с другой. Изучение маркетинга направлено на формирование у будущих специалистов маркетингового мышления, навыков эффективного решения проблем управления рынком. Задачи дисциплины: - освоение теоретических знаний о маркетинге как о комплексном подходе к управлению производством и реализацией продукции на рынках с учетом спроса и требований потребителей; - формирование знаний, умений и навыков об организации и проведении маркетинговых исследований рынка, обработке и анализе полученных результатов; - умение грамотно выбирать методику проведения маркетингового анализа; - приобретение начальных навыков маркетингового планирования.

## Краткое содержание дисциплины

Маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью предприятий  
Маркетинговые исследования  
Комплекс маркетинга  
Методы маркетингового анализа

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                                                                                                                                                  | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности                                                                                                                                                                   | Знает: основы принятия маркетинговых решений в различных областях жизнедеятельности<br>Умеет: использовать понятийный аппарат дисциплины, оценивать, анализировать информацию о рыночной ситуации в целях определения угроз экономической безопасности организации<br>Имеет практический опыт: использования инструментов маркетинга для принятия управленческих решений в целях минимизации угроз экономической безопасности организации |
| ОПК-1 Способен использовать знания и методы экономической науки, применять статистико-математический инструментарий, строить экономико-математические модели, необходимые для решения профессиональных задач, анализировать и интерпретировать полученные результаты | Знает: основы организации маркетинговой деятельности, комплекса маркетинга, основные этапы маркетинговых исследований<br>Умеет: анализировать маркетинговую информацию; классифицировать маркетинговые риски в целях минимизации угроз экономической безопасности организации<br>Имеет практический опыт: описания конъюнктуры рынка; разработки маркетинговых моделей, планов, проведения маркетинговых исследований                     |
| ОПК-2 Способен осуществлять сбор, анализ и использование данных хозяйственного, налогового и бюджетного учетов, учетной документации, бухгалтерской (финансовой),                                                                                                    | Знает: сущность, цели и задачи сбора, анализа и использования маркетинговых данных<br>Умеет: правильно идентифицировать, классифицировать и систематизировать                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| налоговой и статистической отчетности в целях оценки эффективности и прогнозирования финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта, а также выявления, предупреждения, локализации и нейтрализации внутренних и внешних угроз и рисков | маркетинговую информацию в целях оценки эффективности и прогнозирования хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта, а также выявления, предупреждения, локализации и нейтрализации внутренних и внешних угроз и рисков<br>Имеет практический опыт: использования методов маркетингового анализа в целях оценки эффективности и прогнозирования финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта, а также выявления, предупреждения, локализации и нейтрализации внутренних и внешних угроз и рисков |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Нет                                                           | 1.О.16 Финансы,<br>1.Ф.17 Внутрифирменное бюджетирование,<br>1.О.17 Статистика,<br>1.Ф.04 Мировая экономика и международные экономические отношения,<br>1.О.22 Экономическая безопасность,<br>1.О.20 Экономический анализ,<br>1.О.13 Бухгалтерский учет,<br>1.О.10.02 Макроэкономика,<br>1.О.29 Судебная экономическая экспертиза,<br>1.Ф.06 Экономика отраслей общественного сектора,<br>1.Ф.23 Риски управления финансовыми активами,<br>1.О.19 Налоги и налогообложение,<br>1.О.18 Деньги, кредит, банки,<br>1.О.27 Аудит,<br>ФД.02 Рынок ценных бумаг,<br>1.О.26 Конкурентная разведка,<br>1.Ф.16 Инвестиционная политика предприятия,<br>1.О.21 Валютное регулирование и валютный контроль,<br>1.Ф.12 Бюджетное устройство и бюджетный процесс,<br>1.О.30 Контроль и ревизия,<br>Учебная практика, практика по профилю профессиональной деятельности (6 семестр) |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 24,25 ч.  
контактной работы

| Вид учебной работы                                                         | Всего часов | Распределение по семестрам |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------|
|                                                                            |             | в часах                    |
|                                                                            |             | Номер семестра             |
|                                                                            |             | 1                          |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                              | 144         | 144                        |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                 | 16          | 16                         |
| Лекции (Л)                                                                 | 8           | 8                          |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 8           | 8                          |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                   | 0           | 0                          |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                        | 119,75      | 119,75                     |
| с применением дистанционных образовательных технологий                     | 0           |                            |
| Подготовка докладов по заданным темам                                      | 26          | 26                         |
| Подготовка к опросам по пройденным разделам 1 - 4                          | 29,75       | 29.75                      |
| Выполнение семестрового задания                                            | 28          | 28                         |
| Подготовка к диф.зачету                                                    | 18          | 18                         |
| Подготовка к тестированию по пройденным разделам 1 - 4                     | 18          | 18                         |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 8,25        | 8,25                       |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                   | -           | диф.зачет                  |

## 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                                    | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---|----|----|
|           |                                                                                     | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью предприятий | 4                                         | 2 | 2  | 0  |
| 2         | Маркетинговые исследования                                                          | 4                                         | 2 | 2  | 0  |
| 3         | Комплекс маркетинга                                                                 | 4                                         | 2 | 2  | 0  |
| 4         | Методы маркетингового анализа                                                       | 4                                         | 2 | 2  | 0  |

### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия                                                                                                                                                               | Кол-во часов |
|----------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1        | 1         | Определения и основные понятия маркетинга. Функции маркетинга, их сущность. Эволюция управленческих концепций маркетинга. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Цели, принципы маркетинговой деятельности. | 2            |
| 2        | 2         | Определение маркетинговых исследований. Принципы работы с маркетинговой информацией. Виды маркетинговых исследований. Способы сбора первичной, вторичной маркетинговой информации.                                    | 2            |
| 3        | 3         | Комплекс маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение)                                                                                                                                                                  | 2            |
| 4        | 4         | Методы и инструменты маркетингового анализа                                                                                                                                                                           | 2            |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Кол-во часов |
|-----------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | Виды спроса и типы маркетинга, специфические виды маркетинга. Социально-этический маркетинг. Тестирование раздел 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2            |
| 2         | 2         | Кабинетные исследования. Интернет как источник получения маркетинговой информации. Роль глобальной сети Интернет и Интернет-информационных ресурсов по маркетингу. Полевые исследования. Разработка опросных листов для проведения полевых МИ (выбрать товар/услугу) с помощью гугл форм. Анализ маркетинговой информации, принятие маркетинговых решений. Практикум "Таинственный покупатель". Тестирование раздел 2 | 2            |
| 3         | 3         | Товарная политика (бренды), ценовая политика (опрос), решение задач. Сбытовая политика (опрос), обсуждение ситуационных задач. Политика продвижения, опрос, доклад (средства рекламы). Тестирование раздел 3                                                                                                                                                                                                          | 2            |
| 4         | 4         | Маркетинговая среда. Внутренний и внешний анализ возможностей предприятия. Сегментирование и позиционирование в маркетинге. Методы и инструменты маркетингового анализа. Тестирование раздел 4                                                                                                                                                                                                                        | 2            |

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                                         |                                                                                                                                                                             |         |              |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                                             | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                                                                                  | Семестр | Кол-во часов |
| Подготовка докладов по заданным темам                  | Багиев, осн. лит. с. 7-61, 109-138, 531-645<br>Басовский, осн. лит. с. 19-58, 163-201<br>Кондратенко, доп. лит. 121-148, 151-185, 189-220, Годин доп. лит. 181-199, 201-220 | 1       | 26           |
| Подготовка к опросам по пройденным разделам 1 - 4      | ПУМД, осн. лит. №1, все разделы, №2 все разделы ПУМД, доп. лит. № 1, 2, 4 все разделы ЭУМД, осн. лит. №1, 8. Все разделы ЭУМД, доп. лит. № 2,4,5,6,7                        | 1       | 29,75        |
| Выполнение семестрового задания                        | Багиев, осн. лит с.15-558 Басовский осн. лит., с.29-166 Годин доп. лит, с.18-350, Кондратенко, доп. лит., с. 10-89, 158-236, 236-295, 295-407, 409-482                      | 1       | 28           |
| Подготовка к диф.зачету                                | Багиев, основ. лит. с.5-550, Басовский, осн. лит. с.20-380, Годин доп. лит., с.15-400 Кондратенко доп. лит. с. 10-89, 158-236, 236-295, 295-407, 409-482                    | 1       | 18           |
| Подготовка к тестированию по пройденным разделам 1 - 4 | Багиев, осн. лит. с.227-558, Басовский, осн. лит. с.60-69, с.167-178. Кондратенко, доп. лит. 10-89, 158-236, 236-295, 295-407, 409-482                                      | 1       | 18           |

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия                                               | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Учи-тыва-ется в ПА       |
|------|----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1    | 1        | Текущий контроль | Семинар: Виды спроса и типы маркетинга, специфические виды маркетинга (доклады) | 1   | 5          | Доклад оценивается в 5 баллов. Общий балл складывается из следующих показателей: Творческий характер работы – 2 балла<br>Логичность и обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5.                                                                                                                                                                                                                                                          | дифференцированный зачет |
| 2    | 1        | Текущий контроль | Практическая работа разбор кейса "Социально-этический маркетинг"                | 1   | 5          | Решение кейса осуществляется на занятии изучаемого раздела. На решение отводится 0,5 часа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Правильное выполнение кейса соответствует 5 баллам. Общий балл складывается из следующих показателей: Творческий характер работы – 2 балла<br>Логичность и обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5. | дифференцированный зачет |
| 3    | 1        | Текущий контроль | Тестирование раздел 1                                                           | 1   | 10         | Тестирование осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела. Тест состоит из вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 0,5 часа. При                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                                                                                                                                                           |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                          |
|---|---|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                                                                                                                                                                           |   |   | <p>оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.</p> <p>Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов.</p> <p>Максимальное количество баллов – 10.</p>                                                                                                                                                                                                                                                     |                          |
| 4 | 1 | Текущий контроль | <p>Практическая работа:</p> <p>Кабинетные исследования.</p> <p>Интернет как источник получения маркетинговой информации. Роль глобальной сети Интернет и Интернет-информационных ресурсов по маркетингу</p>               | 1 | 5 | <p>Практическая работа выполняется студентом на занятии в течении изучения данной дисциплины. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.</p> <p>Практическая работа оценивается в 5 баллов.</p> <p>Общий балл складывается из следующих показателей:</p> <p>Последовательность выполнения работы – 2 балла</p> <p>Логичность и обоснованность выводов - 2 балла.</p> <p>Умение ответить на вопросы - 1 балл.</p> <p>Максимальное количество баллов – 5.</p> | дифференцированный зачет |
| 5 | 1 | Текущий контроль | <p>Семестровое задание: Полевые исследования.</p> <p>Разработка опросных листов для проведения полевых МИ (выбрать товар/услугу) с помощью гугл форм. Анализ маркетинговой информации, принятие маркетинговых решений</p> | 1 | 5 | <p>С каждым студентом проводится собеседование по заранее выполненном семестровом задании.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.</p> <p>Сем.задание оценивается в 5 баллов.</p> <p>Общий балл складывается из следующих показателей:</p> <p>Творческий характер</p>                                                                                                                                                                             | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                            |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
|---|---|------------------|------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                            |   |   | работы – 2 балла<br>Логичность и обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                          |
| 6 | 1 | Текущий контроль | Практикум "Таинственный покупатель". Тестирование раздел 2 | 1 | 5 | Практическая работа выполняется студентом на занятии в течении изучения данной дисциплины. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Практическая работа оценивается в 5 баллов. Общий балл складывается из следующих показателей: Последовательность выполнения работы – 2 балла Логичность и обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5. | дифференцированный зачет |
| 7 | 1 | Текущий контроль | Семинар: Товарная политика (бренды)                        | 1 | 5 | Доклад выполняется студентом на семинарском занятии в течении изучения данной дисциплины Тему доклада студент выбирает самостоятельно исходя из конкретной темы семинара.. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Доклад оценивается в 5 баллов. Общий балл складывается из следующих показателей: Творческий характер работы – 2 балла Логичность и                                                   | дифференцированный зачет |

|    |   |                  |                                                          |     |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |
|----|---|------------------|----------------------------------------------------------|-----|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |   |                  |                                                          |     |   | обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                          |
| 8  | 1 | Текущий контроль | Решение задач: Ценовая политика                          | 0,2 | 6 | Решение задач осуществляется на последнем занятии изучаемой темы. На решение 1 задачи отводится 0,5 часа. Каждому студенту дается по 2 задачи. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Правильное решение задачи соответствует 3 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.                              | дифференцированный зачет |
| 9  | 1 | Текущий контроль | Сбытовая политика (опрос), обсуждение ситуационных задач | 1   | 5 | Решение сит.задачи осуществляется на занятии изучаемого раздела. На решение отводится 0,5 часа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Правильное выполнение сит.задачи соответствует 5 баллам. Общий балл складывается из следующих показателей: Творческий характер работы – 2 балла Логичность и обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5. | дифференцированный зачет |
| 10 | 1 | Текущий контроль | Семинар: Политика                                        | 1   | 5 | Доклад выполняется студентом на                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | дифференцированный зачет |

|    |   |                  |                                                                                          |     |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          |
|----|---|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |   |                  | продвижения, опрос, доклад (средства рекламы). Тестирование раздел 3                     |     |   | семинарском занятии в течении изучения данной дисциплины Тему доклада студент выбирает самостоятельно исходя из конкретной темы семинара.. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Доклад оценивается в 5 баллов. Общий балл складывается из следующих показателей: Творческий характер работы – 2 балла Логичность и обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5. |                          |
| 11 | 1 | Текущий контроль | Решение задач: Маркетинговая среда. Внутренний и внешний анализ возможностей предприятия | 0,2 | 5 | Решение задач осуществляется на последнем занятии изучаемой темы. На решение 1 задачи отводится 0,5 часа. Каждому студенту дается по 2 задачи. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Правильное решение задачи соответствует 3 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.                                               | дифференцированный зачет |
| 12 | 1 | Текущий контроль | Практическая работа: Сегментирование и позиционирование                                  | 1   | 5 | Практическая работа выполняется студентом на занятии в течение изучения данной дисциплины. При                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | дифференцированный зачет |

|    |   |                          |                                                                                                          |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                          |
|----|---|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |   |                          | в маркетинге. Методы и инструменты маркетингового анализа (пр. работа ABC-анализ). Тестирование раздел 4 |   |    | оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Практическая работа оценивается в 5 баллов. Общий балл складывается из следующих показателей: Последовательность выполнения работы – 2 балла Логичность и обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |
| 13 | 1 | Промежуточная аттестация | Контрольное тестирование                                                                                 | - | 28 | <p>На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся. Рейтинг обучающегося по дисциплине определяется только по результатам текущего контроля. При условии выполнения всех мероприятий текущего контроля и достижении 60 % рейтинга обучающийся получает зачет.</p> <p>При желании повысить рейтинг за курс обучающийся проходит итоговое тестирование (бланковое или с использованием Электронного ЮУрГУ), включающего вопросы в форме закрытого теста по пройденным темам. Тест состоит из 28 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 45 мин. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов.</p> | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                      |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | Максимальное количество баллов – 28. |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| дифференцированный зачет     | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09). Рейтинг обучающегося по дисциплине определяется только по результатам текущего контроля. При условии выполнения всех мероприятий текущего контроля и достижении 60 % рейтинга обучающийся получает зачет. Дифференциация:</p> <p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %.</p> <p>При желании повысить рейтинг за курс обучающийся проходит итоговое тестирование (бланковое или с использованием Электронного ЮУрГУ), включающего вопросы в форме закрытого теста по пройденным темам. Тест состоит из 28 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 45 мин. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 28.</p> | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                         | № КМ |   |   |    |   |   |   |    |   |    |    |    |    |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|----|---|---|---|----|---|----|----|----|----|
|             |                                                                                                                                                                             | 1    | 2 | 3 | 4  | 5 | 6 | 7 | 8  | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| УК-10       | Знает: основы принятия маркетинговых решений в различных областях жизнедеятельности                                                                                         | +    | + |   |    |   | + |   |    | + |    |    |    | +  |
| УК-10       | Умеет: использовать понятийный аппарат дисциплины, оценивать, анализировать информацию о рыночной ситуации в целях определения угроз экономической безопасности организации |      | + | + |    |   | + |   |    |   |    |    |    | +  |
| УК-10       | Имеет практический опыт: использования инструментов маркетинга для принятия управленческих решений в целях минимизации угроз экономической безопасности организации         |      | + |   |    |   | + |   | ++ |   | +  | +  | +  |    |
| ОПК-1       | Знает: основы организации маркетинговой деятельности, комплекса маркетинга, основные этапы маркетинговых исследований                                                       | +    | + |   | +  | + |   |   |    | + |    |    |    | +  |
| ОПК-1       | Умеет: анализировать маркетинговую информацию; классифицировать маркетинговые риски в целях минимизации угроз экономической безопасности организации                        |      | + |   | ++ | + |   |   |    | + |    |    |    | +  |
| ОПК-1       | Имеет практический опыт: описания конъюнктуры рынка; разработки маркетинговых моделей, планов, проведения                                                                   |      |   |   | ++ | + |   |   |    |   |    | +  | +  | +  |



|   |                                                          |                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Основная литература                                      | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Нуралиев, С.У. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс] : учеб. / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 362 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93332">https://e.lanbook.com/book/93332</a> (дата обращения: 30.10.2021)                       |
| 2 | Основная литература                                      | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Родионова, Л. М. Основы маркетинга : учебное пособие / Л. М. Родионова, Н. В. Белоцерковская. — 3-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 150 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/110570">https://e.lanbook.com/book/110570</a> (дата обращения: 30.10.2021)                                 |
| 3 | Дополнительная литература                                | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Маркетинг : учебное пособие / составитель О. Н. Степанченко. — пос. Караваево : КГСХА, 2019. — 37 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/133578">https://e.lanbook.com/book/133578</a> (дата обращения: 30.10.2021)                                                                       |
| 4 | Дополнительная литература                                | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебник / И. М. Синяева, В. В. Земляк, В. В. Синяев. — 5-е изд. . — Москва : Дашков и К, 2017. — 266 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93409">https://e.lanbook.com/book/93409</a> (дата обращения: 30.10.2021)        |
| 5 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Гладких, И. В. Маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ : учебное пособие / И. В. Гладких ; под редакцией И. В. Гладких. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2010. — 340 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/47498">https://e.lanbook.com/book/47498</a> (дата обращения: 30.10.2021) |
| 6 | Дополнительная литература                                | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Кайдашова, А. К. Маркетинг : учебное пособие / А. К. Кайдашова, Н. В. Белоцерковская. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 127 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/110560">https://e.lanbook.com/book/110560</a> (дата обращения: 30.10.2021)                                         |

#### Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Консультант Плюс (Миасс)(10.01.2022)

#### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.  | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий                                                                                                   |
|---------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Практические занятия и семинары | 214 (1) | Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Доска – 1 шт. Стол студенческий – 4 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера - 13 шт. Стул - 20 шт. Тумба под телевизор – 1 шт. Стеллаж под сумки – 1 шт. Жалюзи - 3 шт.                    |
| Пересдача                       | 105 (1) | Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парты 3-х местная - 8 шт. Парты 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт. |

|                                 |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекции                          | 105<br>(1) | Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт.<br>Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.                                     |
| Зачет, диф. зачет               | 105<br>(1) | Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт.<br>Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.                                     |
| Контроль самостоятельной работы | 105<br>(1) | Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт.<br>Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.                                     |
| Самостоятельная работа студента | 213<br>(1) | Стол студенческий – 4 шт. Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера – 16 шт. Стул - 23 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 3 шт. Копировальный аппарат – 1 шт. Кондиционер – 1 шт. Факс – 1 шт. Кафедра – 1 шт. Стеллаж для личных вещей – 3 шт. |