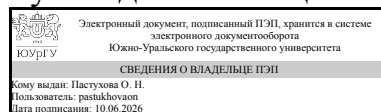


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель специальности



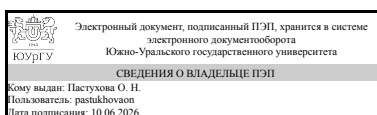
О. Н. Пастухова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** 1.О.16 Маркетинг  
**для специальности** 38.05.01 Экономическая безопасность  
**уровень** Специалитет  
**форма обучения** заочная  
**кафедра-разработчик** Экономика, финансы и финансовое право

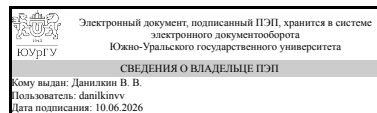
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.05.01 Экономическая безопасность, утверждённым приказом Минобрнауки от 14.04.2021 № 293

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



О. Н. Пастухова

Разработчик программы,  
к.экон.н., доцент



В. В. Данилкин

## 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.О.09 Математика,<br>1.О.11.01 Микроэкономика                | 1.О.17 Финансы,<br>1.О.18 Статистика,<br>1.О.20 Налоги и налогообложение,<br>1.О.22 Экономическая безопасность,<br>ФД.02 Рынок ценных бумаг,<br>1.О.30 Экономика отраслей общественного сектора,<br>1.Ф.15 Риски управления финансовыми активами,<br>1.О.14 Бухгалтерский учет,<br>1.О.29 Мировая экономика и международные экономические отношения,<br>1.О.34 Бюджетное устройство и бюджетный процесс,<br>1.О.25 Аудит,<br>1.О.21 Экономический анализ,<br>1.Ф.08 Инвестиционная политика предприятия,<br>1.О.26 Контроль и ревизия,<br>1.О.19 Деньги, кредит, банки,<br>1.Ф.09 Внутрифирменное бюджетирование,<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:

| Дисциплина        | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.О.09 Математика | Знает: основы линейной алгебры, математического анализа и теории вероятностей и математической статистики, необходимые для решения экономических задач<br>Умеет: применять математические методы для решения задач теоретического и прикладного характера; выполнять анализ поставленной задачи, определяя, интерпретируя и ранжируя |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          | информацию, требуемую для ее решения Имеет практический опыт: применения методов математического анализа для решения поставленных задач; анализа и систематизации данных                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 1.О.11.01 Микроэкономика | Знает: основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микроуровне, теоретические основы анализа системы экономических отношений на микроуровне; законы и закономерности, проявляющиеся в поведении отдельных экономических субъектов и особенности функционирования российских рынков Умеет: рассчитывать показатели эластичности, издержек, дохода, прибыли, объема производства, их предельных величин, использовать понятийный аппарат и статистико-математический инструментарий микроэкономической науки для описания экономических явлений и процессов; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом возможных социально-экономических последствий Имеет практический опыт: в выборе методов микроэкономического анализа поведения потребителей и производителей в экономике, в самостоятельном исследовании (курсовая работа) прикладных экономических знаний, необходимых для работы в конкретных сферах практической деятельности и принятии оптимальных организационно-управленческих решений |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 16,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы                                                         | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                                                            |             | Номер семестра                     |
|                                                                            |             | 2                                  |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                              | 144         | 144                                |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                 | 8           | 8                                  |
| Лекции (Л)                                                                 | 0           | 0                                  |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 8           | 8                                  |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                   | 0           | 0                                  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                        | 127,5       | 127,5                              |
| Выполнение семестрового задания                                            | 28          | 28                                 |
| Подготовка докладов по заданным темам                                      | 26          | 26                                 |

|                                                                     |      |           |
|---------------------------------------------------------------------|------|-----------|
| Подготовка к тестированию по пройденным разделам 1 - 4              | 18   | 18        |
| Подготовка к диф.зачету                                             | 18   | 18        |
| Самостоятельное изучение теоретического материала по разделам 1 - 4 | 37,5 | 37.5      |
| Консультации и промежуточная аттестация                             | 8,5  | 8,5       |
| 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 | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 2         | Маркетинговые исследования                                                          | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 3         | Комплекс маркетинга                                                                 | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 4         | Методы маркетингового анализа                                                       | 2                                         | 0 | 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. | 0            |
| 2        | 2         | Определение маркетинговых исследований. Принципы работы с маркетинговой информацией. Виды маркетинговых исследований. Способы сбора первичной, вторичной маркетинговой информации.                                    | 0            |
| 3        | 3         | Комплекс маркетинга (товар, цена, сбыт, продвижение)                                                                                                                                                                  | 0            |
| 4        | 4         | Методы и инструменты маркетингового анализа                                                                                                                                                                           | 0            |

### 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                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 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 |
| 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                | 2       | 28           |
| Подготовка докладов по заданным темам                               | Багиев, осн. лит. с. 7-61, 109-138, 531-645 Басовский, осн. лит. с. 19-58, 163-201 Кондратенко, доп. лит. 121-148, 151-185, 189-220, Годин доп. лит. 181-199, 201-220 | 2       | 26           |
| 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                                | 2       | 18           |
| 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              | 2       | 18           |
| Самостоятельное изучение теоретического материала по 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                  | 2       | 37,5         |

## 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                                                                                                                                    | Учитывается в ПА         |
|------|----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 1    | 2        | 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 | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                                                                                                                        |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
|---|---|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                                                                                                                                                        |   |    | - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                          |
| 2 | 2 | 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 оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 10.                                      | дифференцированный зачет |
| 3 | 2 | Текущий контроль | Практическая работа: Кабинетные исследования. Интернет как источник получения маркетинговой информации. Роль глобальной сети Интернет и Интернет-информационных ресурсов по маркетингу | 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 |
| 4 | 2 | Текущий контроль | Семестровое задание: Полевые исследования. Разработка                                                                                                                                  | 1 | 5  | С каждым студентом проводится собеседование по заранее выполненном                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                                                                                                                       |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                          |
|---|---|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  | опросных листов для проведения полевых МИ (выбрать товар/услугу) с помощью гугл форм. Анализ маркетинговой информации, принятие маркетинговых решений |   |    | семестровом задании. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Сем.задание 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.                                                    |                          |
| 5 | 2 | Текущий контроль | Тестирование раздел 2                                                                                                                                 | 1 | 10 | Тестирование осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела. Тест состоит из вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 0,5 часа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 10. | дифференцированный зачет |
| 6 | 2 | 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-                                                                                                                                                                                                                             | дифференцированный зачет |

|   |   |                  |                                                          |     |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                          |
|---|---|------------------|----------------------------------------------------------|-----|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|   |   |                  |                                                          |     |   | 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.                                                                                                                                                                                       |                          |
| 7 | 2 | 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 |
| 8 | 2 | 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.                                                                                                                                                                                                                          | дифференцированный зачет |

|    |   |                  |                                                                                          |     |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                          |
|----|---|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |   |                  |                                                                                          |     |   | Правильное решение задачи соответствует 3 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                          |
| 9  | 2 | Текущий контроль | Семинар: Политика продвижения, опрос, доклад (средства рекламы). Тестирование раздел 3   | 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 обоснованность выводов - 2 балла. Умение ответить на вопросы - 1 балл. Максимальное количество баллов – 5. | дифференцированный зачет |
| 10 | 2 | 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                                                                                                                                                                                                                 | дифференцированный зачет |

|    |   |                          |                                                                                                                                                                     |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                          |
|----|---|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |   |                          |                                                                                                                                                                     |   |    | правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                          |
| 11 | 2 | Текущий контроль         | Практическая работа:<br>Сегментирование и позиционирование в маркетинге. Методы и инструменты маркетингового анализа (пр. работа ABC-анализ). Тестирование раздел 4 | 1 | 5  | Практическая работа выполняется студентом на занятии в течение 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 |
| 12 | 2 | Промежуточная аттестация | Контрольное тестирование                                                                                                                                            | - | 28 | 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. 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.                        | дифференцированный зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | 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. |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 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 %. 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 |
| 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 маркетинговых исследований                                                                                                                                                                   |    | +++ |     |   |   |  | + | + | + |
| ОПК-2 | Знает: сущность, цели и задачи сбора, анализа и использования маркетинговых данных                                                                                                                                                                                                                     |    | ++  |     |   |   |  |   | + | + |
| ОПК-2 | Умеет: правильно идентифицировать, классифицировать и систематизировать 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 |    |     | +++ | + |   |  |   | + | + |
| ОПК-2 | 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                 |    |     |     |   |   |  |   | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Басовский, Л.Е. Маркетинг: курс лекций / Л.Е. Басовский.- М.: ИНФРА-М, 2010.- 219 С.- (Высшее образование)
2. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник по экон. спец. / Г.Л.Багиев, В.М.Тарасевич, Х.Анн; под общ. ред. Г.Л.Багиева.- 3-е изд., перераб.- СПб.: Питер, 2008.- 736 с

#### б) дополнительная литература:

1. Липсиц, И.В. Ценообразование: учебно-практ. пособие для бакалавров: доп. Советом УМО по направ. "Маркетинг" / И.В. Липсиц. - М.: Юрайт, 2012. - 399 с. - (Учебники НИУ ВШЭ)
2. Маркетинг: теория и практика: учеб. пособие для бакалавров: доп. МОиН РФ для вузов по экон. направ. и спец. /под общ. ред. С.В.Карповой.- М.: Юрайт, 2014.- 408 с.

#### в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

#### г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Конспект лекций "Маркетинг"

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

# 1. Конспект лекций "Маркетинг"

## Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы            | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---|---------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Основная литература       | Образовательная платформа Юрайт          | Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/583463">https://urait.ru/bcode/583463</a> (дата обращения: 10.06.2026).                                       |
| 2 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт          | Маркетинг. Практический курс : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 188 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18044-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/600418">https://urait.ru/bcode/600418</a> (дата обращения: 10.06.2026).                                                             |
| 3 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт          | Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/585606">https://urait.ru/bcode/585606</a> (дата обращения: 10.06.2026). |

### 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)(31.12.2024)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий     | № ауд.  | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий                                                                                                   |
|-----------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Пересдача       | 105 (1) | Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. 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           | 105 (1) | Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. 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 | 213     | Стол студенческий – 4 шт. Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт.                                                                                                                                                                                 |

|                                 |            |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| работа студента                 | (1)        | 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.                             |
| Практические занятия и семинары | 214<br>(1) | Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Доска – 1 шт. Стол студенческий – 4 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера - 13 Стул - 20 шт. Тумба под телевизор – 1 шт. Стеллаж под сумки – 1 шт. Жалюзи - 3 шт.                        |
| Лекции                          | 105<br>(1) | Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. 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. 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. |