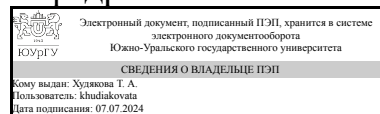


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



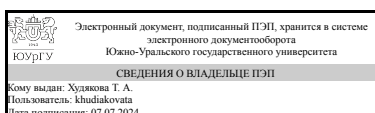
Т. А. Худякова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.15.01 Стратегический анализ IT-рынка  
для направления 38.04.05 Бизнес-информатика  
уровень Магистратура  
магистерская программа Бизнес-аналитика в экономике и управлении  
форма обучения очная  
кафедра-разработчик Цифровая экономика и информационные технологии

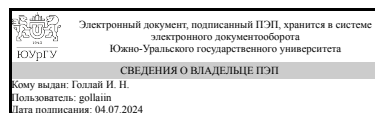
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 990

Зав.кафедрой разработчика,  
Д.ЭКОН.Н., доц.



Т. А. Худякова

Разработчик программы,  
к.ЭКОН.Н., доц., доцент



И. Н. Голлай

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование теоретических знаний в области стратегического анализа ИТ-рынка, выработка практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы управления фирмой на основе современного маркетингового подхода и с учётом оценки долговременных результатов маркетинговой деятельности. Задачи изучения дисциплины: - ознакомление с принципами, методами и процедурой проведения анализа рынка и разработки стратегии маркетинга для предприятий ИТ-сферы; - ознакомление с зарубежной и отечественной практикой принятия и реализации стратегических планов маркетинга; - приобретение навыков применения маркетинговых инструментов используемых фирмами при разработке и внедрении стратегии; - овладение методикой маркетингового планирования и приобретение навыков подготовки стратегического плана, а также планирования отдельных элементов маркетинговой деятельности; - приобретение навыков разработки стратегического маркетингового плана и расчёта показателей деятельности ИТ-организаций, а также показателей социально-экономического развития на микро - и макроуровне; - приобретение навыков сбора, систематизации и анализа статистической и маркетинговой информации для планирования показателей развития бизнеса и разработки бизнес-плана.

## Краткое содержание дисциплины

Курс направлен на ознакомление с основными принципами и методами выработки маркетинговой стратегии в отношении предприятий ИТ-сферы на основе анализа рынка. В ходе изучения данной дисциплины студенты получают ясное представление о сущности и организации работ по стратегическому маркетингу, методах разработки, оценки и повышения качества конкурентных стратегий. В рамках данного курса рассматриваются следующие темы: сущность и содержание маркетинга; методика проведения маркетинговых исследований ИТ-рынка; сегментация рынка, позиционирование товаров (работ, услуг) на рынке; маркетинговый анализ и разработка маркетинговой стратегии организации; разработка маркетинговой стратегии и плана маркетинга для предприятия ИТ-сферы.

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

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                  | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | Знает: Методы и инструменты стратегического анализа ИТ-рынка в процессе разработки проектов<br>Умеет: Осуществлять сбор и обобщение информации о состоянии ИТ-рынка на всех этапах жизненного цикла управления проектом<br>Имеет практический опыт: Проведения стратегического анализа в ходе разработки и реализации проектов по внедрению ИТ-систем и технологий |
| УК-6 Способен определять и реализовывать                             | Знает: Технологию разработки и проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки                                                                                                                                                                                                                                                                              | маркетингового исследования IT-рынка<br>Умеет: Определять приоритеты в процессе проведения анализа IT-рынка при разработке стратегии развития предприятия или проекта<br>Имеет практический опыт: Проведения маркетингового анализа IT-рынка                                                                                                                              |
| ПК-5 Способен анализировать и интерпретировать данные, содержащиеся в отчетности организаций в том числе в открытых источниках и базах данных, рассчитывать экономические и финансовые показатели, оценивать эффективность проектов и использовать полученные сведения для решения исследовательских и аналитических задач с использованием программного обеспечения | Знает: Методы оценки эффективности проводимых маркетинговых мероприятий<br>Умеет: Анализировать и интерпретировать первичные и вторичные данных о состоянии IT-рынка<br>Имеет практический опыт: Использования программного обеспечения в процессе сбора, систематизации и проведения анализа информации с текущим состоянием IT-рынка и при прогнозировании его развития |

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Перечень последующих дисциплин, видов работ                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Планирование и прогнозирование бизнес-процессов,<br>Системы обеспечения информационной безопасности,<br>Методология научного исследования,<br>Цифровая трансформация бизнеса,<br>Микро- и макроэкономический анализ,<br>Современные методы экономического анализа,<br>Учебная практика (научно-исследовательская работа) (2 семестр),<br>Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр) | Управление инвестициями в IT-проектах,<br>Организация предпринимательской деятельности в IT,<br>Производственная практика (преддипломная) (4 семестр) |

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

| Дисциплина                         | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Микро- и макроэкономический анализ | Знает: Закономерности функционирования современной экономики на микро- и макроуровне, Современные методы микро- и макроэкономического анализа при решении практических и (или) исследовательских задач<br>Умеет: Проводить анализ текущего состояния экономики страны и IT-отрасли с позиций фундаментальной экономической науки,<br>Выявлять, оценивать и учитывать макроэкономические тенденции при проведении исследований и принятии решений на микроуровне<br>Имеет практический опыт: Применения инструментов микро- и макроэкономического анализа, экономических расчетов и прогнозов основных социально- |

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                 | экономических показателей деятельности предприятия, ИТ-отрасли, региона при решении практических и (или) исследовательских задач, Исследования и определения тенденций развития конкретных экономических процессов на микро- и макроуровне                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Современные методы экономического анализа       | <p>Знает: Виды интеллектуальных информационно-аналитических систем при решении управленческих и исследовательских задач, Принципы обработки экономической, финансовой, управленческой информации, современные методы и методики сбора, обработки и первичного анализа экономических, финансовых и управленческих данных Объекты и области экономического и финансового анализа, продвинутое методы и инструменты экономического и финансового анализа, применяемые в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях, в том числе инструментальные Умеет: Составлять план и проводить прикладные и (или) фундаментальные исследования с применением изученных методов для решения экономических, финансовых и управленческих задач, Использовать базы данных статистической и аналитической информации с целью поиска экономической, финансовой, управленческой информации, в том числе международные Обработать информацию методами экономического и финансового анализа Получать обоснованные выводы для принятия управленческих решений; Осуществлять визуализацию данных Имеет практический опыт: Использования продвинутых инструментальных методов экономического и финансового анализа, обработки экономических и финансовых данных для проведения прикладных и (или) фундаментальных исследований, в том числе с применением информационно-аналитических систем, Применения современных методик и техник сбора, обработки и первичного анализа экономических, финансовых и управленческих данных, расчета и интерпретации экономических и финансовых показателей на макро- и микроуровнях</p> |
| Планирование и прогнозирование бизнес-процессов | <p>Знает: Специфику представления и понятия бизнес-процессов, их показателей Обработку результатов и измерений бизнес-процессов; анализ бизнес-процессов Анализ результатов моделирования и мониторинга бизнес-процессов, Методы моделирования корпоративных информационных потоков, определяющих функционал и границы предметной области в качестве исходных данных для проектирования информационной системы организации Технологии моделирования</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | <p>предметной области в управлении и бизнесе</p> <p>Способы контроля корректности бизнес-процессов организации</p> <p>Умеет: Проводить мониторинг бизнес-процессов</p> <p>Анализировать результаты моделирования бизнес-процессов</p> <p>Проводить контекстную обработку бизнес-процессов , Контролировать качество бизнес-процессов</p> <p>Создавать запросы на исправление несоответствий и контролировать работы по исправлению несоответствий</p> <p>Имеет практический опыт: Обработки результатов измерений бизнес-процессов</p> <p>Анализа бизнес-процессов</p> <p>Проведения мониторинга бизнес-процессов, Исполновения инструментов организационного проектирования бизнеса, инструментов моделирования предметной области</p> <p>Инструментария контроля корректности применения бизнес-моделей организации</p> <p>Согласования плана устранения несоответствий с заинтересованными лицами</p> |
| Цифровая трансформация бизнеса | <p>Знает: Законодательство в области цифровой трансформации в России и за рубежом по направлению научного исследования</p> <p>Варианты финансовой поддержки проектов по цифровой трансформации; методы и средства управления проектами по информатизации бизнеса и созданию ИС</p> <p>Концепции и модели цифрового управления бизнесом</p> <p>Умеет: Разрабатывать варианты финансирования проекта по цифровой трансформации организации с учетом интересов отдельных членов проектной команды</p> <p>Организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации в организациях</p> <p>Имеет практический опыт: Разработки проектов или отдельных элементов проектов по цифровой трансформации объекта исследования</p> <p>Проведения переговоров с представителями заказчика и профессиональных консультаций на предприятиях и в организациях</p>                |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

| Вид учебной работы            | Всего часов | Распределение по семестрам |
|-------------------------------|-------------|----------------------------|
|                               |             | в часах                    |
|                               |             | Номер семестра             |
|                               |             | 3                          |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 72          | 72                         |
| Аудиторные занятия:           | 32          | 32                         |
| Лекции (Л)                    | 16          | 16                         |

|                                                                            |       |       |
|----------------------------------------------------------------------------|-------|-------|
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 16    | 16    |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                   | 0     | 0     |
| Самостоятельная работа (СРС)                                               | 35,75 | 35,75 |
| Подготовка к зачёту                                                        | 10    | 10    |
| Написание контрольной работы                                               | 15,75 | 15,75 |
| Подготовка к текущему тестированию                                         | 10    | 10    |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 4,25  | 4,25  |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                   | -     | зачет |

## 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                               | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---|----|----|
|           |                                                                                | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Маркетинговый анализ ИТ-рынка                                                  | 16                                        | 8 | 8  | 0  |
| 2         | Разработка маркетинговой стратегии и плана маркетинга для предприятия ИТ-сферы | 16                                        | 8 | 8  | 0  |

### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия                                                                                                 | Кол-во часов |
|----------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1        | 1         | Сущность и содержание маркетинговой концепции                                                                                                           | 2            |
| 2        | 1         | Методика проведения маркетингового исследования ИТ-рынка                                                                                                | 2            |
| 3        | 1         | Сегментирование ИТ-рынка и позиционирование ИТ-продуктов (услуг)                                                                                        | 2            |
| 4        | 1         | Маркетинговый анализ ИТ-рынка                                                                                                                           | 2            |
| 5        | 2         | Разработка маркетинговой стратегии                                                                                                                      | 2            |
| 6        | 2         | ВРМ-подход и методика Д. Нортон и Р. Каплана "Сбалансированная система показателей" для разработки стратегии развития                                   | 2            |
| 7        | 2         | Разработка плана маркетинга предприятия ИТ-сферы                                                                                                        | 2            |
| 8        | 2         | Программное обеспечение процессов сбора, систематизации и проведения анализа информации о текущем состоянии ИТ-рынка и при прогнозировании его развития | 2            |

### 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                                                        | Кол-во часов |
|-----------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | Сущность и содержание маркетинговой концепции                                                                                              | 2            |
| 2         | 1         | Методика проведения маркетингового исследования ИТ-рынка                                                                                   | 2            |
| 3         | 1         | Сегментирование ИТ-рынка и позиционирование ИТ-продуктов (услуг)                                                                           | 2            |
| 4         | 1         | Маркетинговый анализ ИТ-рынка                                                                                                              | 2            |
| 5         | 2         | Разработка маркетинговой стратегии                                                                                                         | 2            |
| 6         | 2         | ВРМ-подход и методика Д. Нортон и Р. Каплана "Сбалансированная система показателей" для разработки стратегии развития                      | 2            |
| 7         | 2         | Разработка плана маркетинга предприятия ИТ-сферы                                                                                           | 2            |
| 8         | 2         | Программное обеспечение процессов сбора, систематизации и проведения анализа информации о текущем состоянии ИТ-рынка и при прогнозировании | 2            |

|  |              |  |
|--|--------------|--|
|  | его развития |  |
|--|--------------|--|

### 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 к зачёту | <p>Раздел 1 «Сущность и содержание маркетингового подхода»: Тема 1 «Сущность и содержание маркетинга. Специфика маркетинга в сфере сервиса»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 4-17); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 3-76). 3) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под редакцией Абаева А.Л. [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-394-03141-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей. (стр. 155 – 185); 4) Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов. Практический курс [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. специальностям Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 473 с.; (стр. 9-59). Тема 2 «Методика проведения маркетингового исследования»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 17-22); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 77-101); 3) Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02014-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей; (стр. 66 – 94). Тема 3 «Сегментирование рынка и позиционирование»: 1) Голлай И.Н.</p> | 3       | 10           |

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |       |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
|                              | <p>Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 23 - 36); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 200-228); 3) Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02014-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей; (стр. 96-104). Тема 4 «Маркетинговый анализ и разработка маркетинговой стратегии»: 1) Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов. Практический курс [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. специальностям Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 473 с. (стр. 260-394) Раздел 2 «Маркетинговая политика предприятия»: Тема 5 «Товарная политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 79 - 108); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 229-288). Тема 6 «Ценовая политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 109 - 122); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 289-326). Тема 7 «Сбытовая политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 123 - 126); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 327-400). Тема 8 «Коммуникативная политика (политика продвижения) предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 127 - 132); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 401-483).</p> |   |       |
| Написание контрольной работы | <p>Раздел 1 «Сущность и содержание маркетингового подхода»: Тема 1 «Сущность и содержание маркетинга. Специфика маркетинга в сфере сервиса»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие –</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3 | 15,75 |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  | <p>Челябинск, 2020; (стр. 4-17); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 3-76). 3) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под редакцией Абаева А.Л. [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-394-03141-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей. (стр. 155 – 185); 4) Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов. Практический курс [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. специальностям Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 473 с.; (стр. 9-59). Тема 2 «Методика проведения маркетингового исследования»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 17-22); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 77-101); 3) Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02014-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей; (стр. 66 – 94). Тема 3 «Сегментирование рынка и позиционирование»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 23 - 36); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 200-228); 3) Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02014-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей; (стр. 96-104). Тема 4 «Маркетинговый анализ и разработка маркетинговой стратегии»: 1) Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов. Практический курс [Текст] учебник и практикум для вузов по экон.</p> |  |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |    |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|
|                                    | <p>специальностям Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 473 с. (стр. 260-394) Раздел 2 «Маркетинговая политика предприятия»: Тема 5 «Товарная политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 79 - 108); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 229-288). Тема 6 «Ценовая политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 109 - 122); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 289-326). Тема 7 «Сбытовая политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 123 - 126); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 327-400). Тема 8 «Коммуникативная политика (политика продвижения) предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 127 - 132); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 401-483).</p> |   |    |
| Подготовка к текущему тестированию | <p>Раздел 1 «Сущность и содержание маркетингового подхода»: Тема 1 «Сущность и содержание маркетинга. Специфика маркетинга в сфере сервиса»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 4-17); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 3-76). 3) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под редакцией Абаева А.Л. [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-394-03141-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей. (стр. 155 – 185); 4) Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов. Практический курс [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. специальностям Е. П. Голубков ; Рос.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 3 | 10 |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  | <p>акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 473 с.; (стр. 9-59). Тема 2 «Методика проведения маркетингового исследования»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 17-22); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 77-101); 3) Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02014-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей; (стр. 66 – 94). Тема 3 «Сегментирование рынка и позиционирование»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 23 - 36); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 200-228); 3) Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02014-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1</a>. — Режим доступа: для авториз. пользователей; (стр. 96-104). Тема 4 «Маркетинговый анализ и разработка маркетинговой стратегии»: 1) Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов. Практический курс [Текст] учебник и практикум для вузов по экон. специальностям Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - М.: Юрайт, 2014. - 473 с. (стр. 260-394) Раздел 2 «Маркетинговая политика предприятия»: Тема 5 «Товарная политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 79 - 108); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 229-288). Тема 6 «Ценовая политика предприятия»: 1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 109 - 122); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 289-326).</p> |  |  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  | <p>Тема 7 «Сбытовая политика предприятия»:<br/>1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 123 - 126); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 327-400).</p> <p>Тема 8 «Коммуникативная политика (политика продвижения) предприятия»:<br/>1) Голлай И.Н. Маркетинг: учеб. пособие – Челябинск, 2020; (стр. 127 - 132); 2) Основы маркетинга [Текст] Ф. Котлер и др.; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. - 5-е европ. изд. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 751 с.; (стр. 401-483).</p> |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

## 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    | 3        | Текущий контроль | Тест к теме 1                     | 1   | 5          | <p>Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут.</p> <p>Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5.</p> <p>Критерии оценивания тестовых вопросов:</p> <p>5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов);</p> <p>4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов);</p> <p>3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов);</p> <p>2 балла: студент правильно ответил на 40%</p> | зачет            |

|   |   |                  |               |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |       |
|---|---|------------------|---------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|   |   |                  |               |   |   | и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |       |
|   |   |                  |               |   |   | Максимальное количество баллов – 5.<br>Весовой коэффициент мероприятия – 1.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |       |
| 2 | 3 | Текущий контроль | Тест к теме 2 | 1 | 5 | <p>Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут.</p> <p>Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5.</p> <p>Критерии оценивания тестовых вопросов:</p> <p>5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов);</p> <p>4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов);</p> <p>3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов);</p> <p>2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов).</p> <p>Максимальное количество баллов – 5.<br/>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p> | зачет |
| 3 | 3 | Текущий контроль | Тест к теме 3 | 1 | 5 | <p>Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут.</p> <p>Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5.</p> <p>Критерии оценивания тестовых вопросов:</p> <p>5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов);</p> <p>4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов);</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                   | зачет |

|   |   |                  |                    |   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |       |
|---|---|------------------|--------------------|---|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|   |   |                  |                    |   |   | <p>3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов);</p> <p>2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов).</p> <p>Максимальное количество баллов – 5.<br/>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |       |
| 4 | 3 | Текущий контроль | Тест к теме 4      | 1 | 5 | <p>Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут.</p> <p>Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5.</p> <p>Критерии оценивания тестовых вопросов:</p> <p>5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов);</p> <p>4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов);</p> <p>3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов);</p> <p>2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов).</p> <p>Максимальное количество баллов – 5.<br/>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p> | зачет |
| 5 | 3 | Текущий контроль | Контрольная работа | 1 | 5 | <p>Контрольная работа выполняется письменно во внеаудиторное время и сдаётся на проверку преподавателю лично или через Электронный ЮУрГУ.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Критерии оценки:</p> <p>5 баллов: сущность темы и её основные положения излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | зачет |

|   |   |                          |                                     |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |       |
|---|---|--------------------------|-------------------------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|   |   |                          |                                     |   | <p>Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания материала. Оформление работы в целом соответствует требованиям СТО ЮУрГУ 17-2008.</p> <p>4 балла: сущность темы и её основные положения излагаются систематизировано и последовательно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется знание основного содержания курса. Выводы не всегда носят аргументированный и доказательный характер. Оформление работы в отдельных случаях не соответствует требованиям СТО ЮУрГУ 17-2008.</p> <p>3 балла: допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные, фрагментарные знания разделов программы. Имеются затруднения с выводами. Оформление работы в отдельных случаях не соответствует требованиям СТО ЮУрГУ 17-2008.</p> <p>2 балла: материал излагается непоследовательно, нет системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Демонстрируется незнание базовых положений курса. Выводы отсутствуют. Оформление работы не соответствует требованиям СТО ЮУрГУ 17-2008.</p> <p>1 балл: требования, приведённые в методических указания, не выполнены, подобную работу ранее кто-то из студентов уже сдавал на проверку.</p> <p>0 баллов: работа не представлена на проверку.</p> <p>Максимальное количество баллов – 5.<br/>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |       |
| 6 | 3 | Промежуточная аттестация | Тестирование для повышения рейтинга | - | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти тестирование по основным разделам дисциплины. Зачёт проводится в форме компьютерного тестирования и включает тестовые вопросы с единственным вариантом ответа.</p> <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена</p> | зачет |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).<br>Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут.<br>Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5.<br>Критерии оценивания тестовых вопросов:<br>5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов);<br>4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов);<br>3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов);<br>2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов).<br>Максимальное количество баллов – 5. |  |
|--|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| зачет                        | На зачёте происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по данной дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам дисциплины. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который позволяет получить зачет по дисциплине, который проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60% и более. Не зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %. | 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 |
| УК-2        | Знает: Методы и инструменты стратегического анализа ИТ-рынка в процессе разработки проектов                                             | +    | + |   |   | + | + |
| УК-2        | Умеет: Осуществлять сбор и обобщение информации о состоянии ИТ-рынка на всех этапах жизненного цикла управления проектом                | +    | + | + | + | + | + |
| УК-2        | Имеет практический опыт: Проведения стратегического анализа в ходе разработки и реализации проектов по внедрению ИТ-систем и технологий |      |   | + |   | + | + |
| УК-6        | Знает: Технологию разработки и проведения маркетингового исследования ИТ-рынка                                                          | +    |   | + |   | + | + |
| УК-6        | Умеет: Определять приоритеты в процессе проведения анализа ИТ-рынка при разработке стратегии развития предприятия или проекта           |      | + | + | + | + | + |
| УК-6        | Имеет практический опыт: Проведения маркетингового анализа ИТ-рынка                                                                     | +    | + |   |   | + | + |

|      |                                                                                                                                                                                                  |   |   |   |   |   |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| ПК-5 | Знает: Методы оценки эффективности проводимых маркетинговых мероприятий                                                                                                                          | + | + | + | + | + |
| ПК-5 | Умеет: Анализировать и интерпретировать первичные и вторичные данные о состоянии IT-рынка                                                                                                        | + | + | + | + | + |
| ПК-5 | Имеет практический опыт: Использования программного обеспечения в процессе сбора, систематизации и проведения анализа информации с текущем состоянии IT-рынка и при прогнозировании его развития | + | + | + | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Сфера услуг : экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум [Текст] учеб. пособие для вузов Т. Д. Бурменко и др.; под ред. Т. Д. Бурменко. - М.: КНОРУС, 2010. - 234, [1] с. ил.
2. Океанова, З. К. Маркетинг [Текст] учебник З. К. Океанова. - М.: Проспект, 2007. - 420, [1] с.

#### б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

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

Не предусмотрены

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

1. Голлай И.Н. Методические указания к контрольной работе по дисциплине "Стратегический анализ IT-рынка"

#### из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Голлай И.Н. Методические указания к контрольной работе по дисциплине "Стратегический анализ IT-рынка"

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы      | Наименование ресурса в электронной форме          | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---|---------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Основная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под редакцией Абаева А.Л. [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-394-03141-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/119283/#1</a> . — Режим доступа: для авториз. пользователей. |
| 2 | Основная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02014-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/93392/#1</a> . — Режим доступа: для авториз. пользователей.                                                   |

|   |                           |                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|---------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Годин, А.М. Маркетинг : учебник / А.М. Годин. — 12-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 656 с. — ISBN 978-5-394-02540-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/reader/book/105549/#1">https://e.lanbook.com/reader/book/105549/#1</a> . — Режим доступа: для авториз. пользователей. |
|---|---------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных ВИНТИ РАН(бессрочно)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.      | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий                                                                     |
|---------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекции                          | 118а<br>(2) | Компьютер, подключенный к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета; проектор; экран.                                                                                |
| Зачет                           | 127<br>(36) | Компьютерный класс: компьютер для преподавателя, 18 моноблоков для студентов (устройства подключены к сети Интернет и имеют доступ в электронную информационно-образовательную среду университета); проектор; экран. |
| Самостоятельная работа студента | 127<br>(36) | Компьютерный класс: компьютер для преподавателя, 18 моноблоков для студентов (устройства подключены к сети Интернет и имеют доступ в электронную информационно-образовательную среду университета); проектор; экран. |
| Практические занятия и семинары | 118б<br>(2) | Компьютерный класс: 14 компьютеров, подключенных к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета; проектор; экран.                                                       |