

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра маркетинга

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ
Код УМК 93624

Утверждено
Протокол №10
от «03» июня 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Управление маркетингом

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Управление маркетингом** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг)

УК.1 Способен осуществлять поиск, анализ и синтез информации, применять системный подход для разрешения проблемных ситуаций

Индикаторы

УК.1.1 Осуществляет поиск информации, производит критическую оценку надежности ее источников

УК.2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Индикаторы

УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели

УК.4 Способен осуществлять деловую коммуникацию на русском и иностранном языках в устной и письменной формах

Индикаторы

УК.4.3 Представляет результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах

ОПК.5 готовность к применению основных методов проектирования в профессиональной деятельности

ОПК.6 готовность к участию в проведении научных исследований

ОПК.7 способность находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей

ПК.12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий

УК.13 Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	7,8
Объем дисциплины (з.е.)	6
Объем дисциплины (ак.час.)	216
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	84
Проведение лекционных занятий	42
Проведение практических занятий, семинаров	42
Самостоятельная работа (ак.час.)	132
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (5)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (7 триместр) Экзамен (8 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Входной контроль

Маркетинг как система управления. Стратегический маркетинг и планирование

Основные определения маркетинга. Сущность процесса маркетинга. Виды и типы маркетинга. Цели маркетинга. Сущность маркетингового управления. Процесс управления маркетингом. Концепции маркетинга как составляющие современной маркетинговой теории. Различные маркетинговые концепции и их состояние на современном этапе развития маркетинга. Комплекс маркетинга и его критика

Покупатели и рынки. Маркетинговая информация и поиск инсайтов

Сущность системы маркетинга. Функции отдела маркетинга. Размер отдела маркетинга. Формы организации деятельности маркетинговой службы. Достоинства и недостатки отдельных форматов маркетинговых структур (функциональная, товарная, рыночная, по потребителям, матричная). Оценка уровня маркетинговой деятельности. Оценка маркетинговой ориентации различных отделов. Оценка маркетингового потенциала компании. Технология разработки и внедрения службы маркетинга. Отделы по работе с клиентом и менеджеры по работе с покупателями. Организационные структуры маркетинга как элемент создания большей ценности для покупателя.

Операционное управление маркетингом в компании

Позитивные и негативные стороны конкуренции. Барьеры для внедрения на рынок. Этапы диагностики конкурентной среды. Оценка конкуренции на рынке. Конкурентные преимущества фирмы. Главные направления обеспечения конкурентного преимущества фирмы. Конкурентная карта рынка. Проектирование стратегий обеспечения конкурентных преимуществ. Оценка конкурентоспособности товара. Группировка показателей конкурентоспособности товара. Схема оценки уровня конкурентоспособности товара. Матричные методы анализа. (Матрица «Продукт-Рынок», Модель Майкла Портера, Матрица BCG, Матрица SPACE, Модель GE, сегментный анализ, GAP - анализ).

Организация службы маркетинга на предприятии, контроллинг, мониторинг и аудит маркетинговой деятельности

Сущность стратегического маркетинга и маркетинговой стратегии. Требования к маркетинговым стратегиям. Методология формирования рыночной стратегии. Ограничения при выборе стратегий. Стратегические определяющие. Матрица выбора стратегий. Модели, используемые при выборе стратегий. Основные типы стратегий. Причины неудач при формулировке стратегий. Изменения в деятельности компании при переходе к стратегическому маркетингу.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Захарова, Ю. А. Стратегии продвижения товаров / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-394-03154-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/83137.html>
2. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитоновна. — Москва : Дашков и К, 2019. — 250 с. — ISBN 978-5-394-03140-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/85432.html>
3. Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 124 с. — ISBN 978-5-394-03572-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90237.html> <http://www.iprbookshop.ru/90237.html?replacement=1>

Дополнительная:

1. Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>
2. Маркетинг в профессиональной сфере : сборник практических заданий и кейсов / составители Т. И. Григорьева. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. — 40 с. — ISBN 978-5-906912-95-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74730.html>
3. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий региона на основе инновационно-маркетинговых технологий : коллективная монография / Г. П. Бутко, М. Я. Веселовский, Н. Л. Грачикова [и др.] ; под редакцией М. А. Меньшикова, Г. П. Бутко, П. А. Поротников. — Москва : Научный консультант, 2016. — 230 с. — ISBN 978-5-9908220-2-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75355.html>
4. Бюджетирование на предприятии: Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», профилям «Экономика предприятий и организаций», «Финансовый менеджмент», «Менеджмент в инвестиционно-строительной сфере»/сост.: Т. Н. Кисель, О. Д. Гриник.-Москва:Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ,2017.-47. <http://www.iprbookshop.ru/72581.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

www.adwertology.ru Реклама, маркетинг, PR

www.marketing.ru Маркетинговый центр

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Управление маркетингом** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Управление маркетингом**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.5

готовность к применению основных методов проектирования в профессиональной деятельности

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.5 готовность к применению основных методов проектирования в профессиональной деятельности	Знает основные методы проектирования в профессиональной деятельности. Умеет. применять основные методы проектирования в профессиональной деятельности	Неудовлетворител Не знает и не умеет применять основные методы проектирования в профессиональной деятельности Удовлетворительн Знает, но не умеет применять основные методы проектирования в профессиональной деятельности Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, применять основные методы проектирования в профессиональной деятельности Отлично Знает и умеет применять основные методы проектирования в профессиональной деятельности

ОПК.6

готовность к участию в проведении научных исследований

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.6 готовность к участию в проведении научных исследований	Знает методы научных исследований. Умеет проводить научные исследования	Неудовлетворител Не знает и не умеет проводить научные исследования Удовлетворительн Знает, но не умеет проводить научные исследования Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, проводить научные исследования Отлично Знает и умеет проводить научные исследования

ОПК.7

способность находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.7 способность находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей	Знает методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей. Умеет находить и обрабатывать информацию.	Неудовлетворительн Не знает и не умеет находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей Удовлетворительн Знает, но не умеет находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей Отлично Знает и умеет находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей

ПК.12

способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием	Знает информационные технологии. Умеет разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий	Неудовлетворительн Не знает и не умеет разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий Удовлетворительн Знает, но не умеет разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые,

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
информационных технологий		<p>Удовлетворительн и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>Отлично Знает и умеет разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>

УК.1

Способен осуществлять поиск, анализ и синтез информации, применять системный подход для разрешения проблемных ситуаций

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.1.1 Осуществляет поиск информации, производит критическую оценку надежности ее источников	Знает методы поиска информации. Умеет проводить критическую оценку надежности	<p>Неудовлетворител Не знает и не умеет осуществлять поиск информации и производить критическую оценку надежности ее источников</p> <p>Удовлетворительн Знает, но не умеет осуществлять поиск информации и производить критическую оценку надежности ее источников</p> <p>Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, осуществлять поиск информации и производить критическую оценку надежности ее источников</p> <p>Отлично Знает и умеет осуществлять поиск информации и производить критическую оценку надежности ее источников</p>

УК.2

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели	Умеет формулировать задачи, исходя из поставленной цели	Неудовлетворител Не знает и не умеет формулировать задачи, исходя из поставленной цели Удовлетворительн Знает, но не умеет формулировать задачи, исходя из поставленной цели Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, формулировать задачи, исходя из поставленной цели Отлично Знает и умеет формулировать задачи, исходя из поставленной цели

УК.13

Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.13 Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знает основы экономических знаний. Умеет использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Неудовлетворител Не знает и не умеет использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности Удовлетворительн Знает, но не умеет использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности Отлично Знает и умеет использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

УК.4

Способен осуществлять деловую коммуникацию на русском и иностранном языках в устной и письменной формах

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.4.3 Представляет	Знает методы получения и обработки результатов	Неудовлетворител Не знает и не умеет представлять результаты

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах	деятельности. Умеет представлять результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах	<p>Неудовлетворител деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах</p> <p>Удовлетворительн Знает, но не умеет представлять результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах</p> <p>Хорошо Знает и умеет, допуская ошибки, представлять результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах</p> <p>Отлично Знает и умеет представлять результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 46 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 46 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать современные подходы к стратегическому и тактическому планированию маркетинга.
ОПК.5 готовность к применению основных методов проектирования в профессиональной деятельности ОПК.7 способность находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей	Маркетинг как система управления. Стратегический маркетинг и планирование Письменное контрольное мероприятие	-знание элементов маркетинговой системы как основы управления маркетингом;-знание видов маркетинговых стратегий

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>УК.4.3 Представляет результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах</p> <p>ОПК.5 готовность к применению основных методов проектирования в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК.6 готовность к участию в проведении научных исследований</p> <p>ОПК.7 способность находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей</p>	<p>Покупатели и рынки. Маркетинговая информация и поиск инсайтов</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>Формирование знаний и умений определять состояние управляемого объекта; Формирование знаний и умений вырабатывать для данного состояния оптимального воздействия, разрабатывать и принимать решения.</p>
<p>УК.4.3 Представляет результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах</p> <p>ОПК.5 готовность к применению основных методов проектирования в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК.6 готовность к участию в проведении научных исследований</p> <p>ОПК.7 способность находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей</p>	<p>Покупатели и рынки. Маркетинговая информация и поиск инсайтов</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>-Знание составных элементов маркетингового плана-Знание этапов и процесса разработки маркетинговой стратегии</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	6
61-70% правильных ответов	4
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

Маркетинг как система управления. Стратегический маркетинг и планирование

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	18
41% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

Покупатели и рынки. Маркетинговая информация и поиск инсайтов

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	15
менее 41% правильных ответов	14

Покупатели и рынки. Маркетинговая информация и поиск инсайтов

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	23
41% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	16

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 49 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 49 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
УК.1.1 Осуществляет поиск информации, производит критическую оценку надежности ее источников	Операционное управление маркетингом в компании Письменное контрольное мероприятие	Формирование знаний и умений в определении вида и формировании стратегии маркетинга; Формирование знаний и умений в оптимальной организации службы маркетинга.
УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели ПК.12 способен разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий УК.13 Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Организация службы маркетинга на предприятии, контроллинг, мониторинг и аудит маркетинговой деятельности Итоговое контрольное мероприятие	Формирование знаний и умений в осуществлении планирования маркетинга; Формирование знаний и умений в осуществлении контроля маркетинга.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>УК.1.1 Осуществляет поиск информации, производит критическую оценку надежности ее источников</p> <p>УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели</p> <p>УК.4.3 Представляет результаты деятельности на публичных мероприятиях в устной и письменной формах</p> <p>ОПК.5 готовность к применению основных методов проектирования в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК.6 готовность к участию в проведении научных исследований</p> <p>ОПК.7 способность находить и обрабатывать информацию, применяя разнообразные методы научных и прикладных исследований в соответствии с поставленной задачей</p> <p>ПК.12 способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий</p> <p>УК.13 Способен использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</p>	<p>Организация службы маркетинга на предприятии, контроллинг, мониторинг и аудит маркетинговой деятельности</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>-Знание этапы организации службы маркетинга- Знание методов подбора кадров в службу маркетинга- Знание специфики управления маркетинговыми проектами</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Операционное управление маркетингом в компании

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **15**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	15
менее 41% правильных ответов	14

Организация службы маркетинга на предприятии, контроллинг, мониторинг и аудит маркетинговой деятельности

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **20**

Показатели оценивания	Баллы
Корректность выборки предложений по решению обозначенных проблем	10
Структурное изложение изучаемого вопроса	10
Обозначение причинно-следственных связей проблем и результатов деятельности предприятия	10
Наличие результатов анализа проблемного вопроса - развернутая аналитическая записка	10

Организация службы маркетинга на предприятии, контроллинг, мониторинг и аудит маркетинговой деятельности

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	18
41% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13