

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет
им. К. Л. Хетагурова»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Квалификация (степень) – бакалавр

Форма обучения – очная

Владикавказ, 2022 г.

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.02.2018 г., № 75, учебным планом подготовки бакалавра по направлению 39.03.01 Социология, одобренным Ученым советом ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» 31. 05. 2022г., протокол № 13

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры философии и социальных наук

(протокол № 6 от «15» марта 2022 г.)

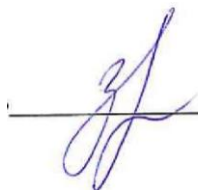
Зав. кафедрой



Одобрена советом исторического факультета

(протокол № 9 от «08» апреля 2022 г.)

Председатель совета факультета



Плиева З.Т.

1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины «Социологические основы маркетинга» Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, всего на дисциплину (180 часов),

	Очная форма обучения
Курс	4
Семестр	7
Лекции	36
Практические занятия	36
Лабораторные занятия	-
Консультации	-
Итого аудиторных занятий	92
Самостоятельная работа	52
СРП	20
Курсовая работа	-
Экзамен (контроль)	36
Общее количество часов	180

2. Цели и задачи освоения дисциплины:

Основной целью является развитие у студентов целостного представления о системе маркетинга и формирование практических навыков проведения маркетинговых исследований.

Задачи курса:

- раскрыть сущность и основные понятия маркетинга как научной дисциплины и сферы деятельности;
- показать взаимосвязь между эволюцией бизнеса и развитием концепций маркетинга, значение маркетинга в современном бизнесе;
- дать характеристику маркетинговым исследованиям, методам сбора и анализа маркетинговой информации;
- сформировать элементарные навыки проведения маркетингового исследования;
- познакомить студентов с объектами маркетинговой деятельности;
- дать характеристику рынков, рыночных сегментов;
- привить элементарные навыки исследования рынков.
- дать характеристику потребительского поведения, факторам, определяющим потребительский выбор;
- познакомить с основными теоретическими положениями социологии потребления;
- познакомить студентов с современными технологиями продвижения товара на рынок;
- привить элементарные практические навыки в области исследования эффективности маркетинговых коммуникаций.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.

Дисциплина «Социальная структура и стратификация» относится к обязательным дисциплинам вариативной части блока «Дисциплины» (Б1.В.08) ОПОП подготовки по направлению 39.03.01 - «Социология» (уровень бакалавриата).

Преподавание дисциплины осуществляется на втором курсе. В дисциплине используются ранее полученные студентами знания в области основ и истории социологии, основ проектирования выборки в социологическом исследовании.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

- . Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3).
- Способен к организации сбора данных при опросе общественного мнения (ПК 1);
- Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством) (Б3).

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- теоретические основы социальной структуры современного общества;
- основные принципы, функции, методы и формы социальных отношений;
- основы проведения социологических исследований;

уметь:

- применять научно обоснованные методы в социологических исследованиях;
- рационально использовать различные формы их проведения; подготовить информацию к обработке.

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Но ме р не де ли	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа Студентов			Формы контроля	литература
		Лекции	Пр.	Содержание	Часы	СРП		
1	Сущность маркетинга Понятие, принципы, функции маркетинга. Цели и задачи маркетинга	2	2	Сущность, содержание инструментарий маркетинга.	4	2	Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	123,4,5
2	Предпосылки возникновения маркетинга. Этапы развития маркетинга	2	2	Принципы маркетинга Концепция маркетинга	4	2	Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	2,5
3	Классификация маркетинга Виды маркетинга	2	2	Элементы комплекса маркетинга	4	2	Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	1,6
4	Внешняя и внутренняя маркетинговая среда	2	2	Процесс и система маркетинга	4	2	Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	4,6

5	Стратегическое планирование и его связь с маркетингом Основные понятия стратегического планирования. Оценка текущего состояния бизнеса. Выбор миссии и стратегических целей. Общие концепции планирования маркетинга. Разработка плана маркетинга.	2	2	Конкретизация и оценка маркетинговой стратегии и мероприятий. Разработка программ маркетинговой деятельности и организация планирования	4		Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольной работе	2,3
6	Маркетинговые исследования Основные понятия маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система.	2	2	Организация проведения и процесс маркетинговых исследований.	4	2	Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольной работе	1,3,5
7	Стимулирование сбыта Понятие рекламы, ее цели и функции	2	2	Реклама и жизненный цикл товара Формы рекламы	4	2	Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольной работе	1,2,4
8	Понятие конкуренции. Виды конкуренции	2	2	Конкурентные стратегии	4		Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольной работе	1,2,3
9	Исследование и анализ рынков и конкуренции Методы исследования рынка Классификация рынков и виды рыночного спроса. Оценка текущего спроса.	2	2	. Метод бенчмаркинга Исследования с использованием фокус-группы Метод экспертных оценок	4	2	Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольной работе	2,5
10	Сегментирование рынков и позиционирование товаров	2	2	Уровни и структура сегментирования	4		Конспект, тесты,	1,5,4

	<p>Понятие и сущность сегментирования</p> <p>Этапы сегментирования</p> <p>Виды сегментации</p> <p>Критерии сегментации рынка</p>			<p>рынков.</p> <p>Выбор целевых сегментов рынка.</p> <p>Дифференцирование рыночных предложений.</p> <p>Позиционирование товара на рынке.</p>			<p>вопросы к рубежной контрольно й работе</p>	
11	<p>Товар и услуга в маркетинге</p> <p>Товар, как средство удовлетворения потребителей</p> <p>Понятие товара, классификация товара</p> <p>Потребительские свойства товара</p> <p>Понятие и сущность товарного знака.</p> <p>Значение товарного знака</p> <p>Разработка товаров: товары, товарные марки, упаковка, услуги</p>	2	2	<p>Решения относительно товарной линии.</p> <p>Торговая марка и управление маркой.</p> <p>Упаковка и этикетка.</p>	2	2	<p>Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе</p>	1,4,6
12	<p>Разработка ценовой политики</p> <p>Ценообразование в системе маркетинга.</p> <p>Этапы ценообразования: т. е. определения базисных цен.</p>	2	2	<p>Адаптация цены: установление цены продаж.</p> <p>Варьирование ценами: их снижение и повышение. Ответные меры на изменение цен конкурентами.</p>	2	2	<p>Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе</p>	4,9
13	<p>Сбытовая политика предприятия</p>	2	2	<p>Факторы, влияющие на уровень обслуживания покупателей</p>	2		<p>Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе</p>	2,3,4
14	<p>Анализ в маркетинге</p> <p>Анализ внутренней и внешней среды</p>	2	2	<p>SWOT-анализ предприятия</p>	2	2	<p>Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе</p>	5,6,8

							й работе	
15	Маркетинговые коммуникации продвижения товара	2	2	Методы личных продаж	2		Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	1,2,4
16	Управление в маркетинге Маркетинговый контроль Особенности управления маркетингом Виды контроля в маркетинговой деятельности	2	2	Основы концепции управления предприятием в условиях рынка	2		Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	1,2,4
17	Международный маркетинг Понятие международного маркетинга Сущность и задачи международного маркетинга	2	2	Концепции международного маркетинга Принципы, среда международного маркетинга	2		Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	1,2,6
18	Методы распространения товаров: каналы распределения и товародвижение	2	2	Методы распространения товаров: розничная и оптовая торговля	2		Конспект, тесты, вопросы к рубежной контрольно й работе	2,5,6,7
	ИТОГО	36	36		52	20		

6. Образовательные технологии

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия в форме с использованием современных интерактивных технологий.

Лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype и др.)

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относятся: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (термино-логическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по дисциплине прилагаются.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных сообщений, написанию докладов и эссе, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения

нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала. *Рубежный контроль* осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику. **Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

1) Вопросы при устном опросе на семинарском занятии:

- 1) Понятие научного социального прогнозирования. Объекты социального прогнозирования. Особенности социального прогнозирования.
- 2) Уровни социального прогнозирования.
- 3) Функции социального прогнозирования. Взаимосвязь прогнозирования, планирования и управления.
- 4) Основные этапы развития представлений о будущем в мировой общественной мысли.
- 5) Римский клуб и глобальные проблемы современности. Современные концепции выхода из кризиса.
- 6) Детерминистский подход в социальном прогнозировании: основные положения и принципиальные ограничения.
- 7) Синергетический подход. Понятие нелинейности. Факторы, обуславливающие нелинейность.
- 8) Принципы корректности социального прогноза. Характеристики корректного прогноза. Устойчивости по отношению к малым возмущениям.
- 9) Основные виды социальных прогнозов: поисковые и нормативные. Типы прогнозов и этапы принятия управленческих решений.
- 10) Понятие об эшелонах прогнозирования. Эшелоны прогнозирования и специфика различных отраслей социального прогнозирования.
- 11) Целевая группировка прогнозов. Профиль прогноза. Структура прогнозного фона. Примеры направлений, по которым возможен прогноз: выделить профиль прогноза и проанализировать прогнозный фон.
- 12) Предикторы и предиктанты. Количественные и качественные показатели.
- 13) Типы предикторов. Индексы и индицирование.
- 14) Проблема выбора предикторов. Правила отбора предикторов.
- 15) Источники информационного обеспечения. Методы анализа информации.
- 16) Основные методы социального прогнозирования. Комбинирование методов.
- 17) Прогнозная экстраполяция. Особенности временного ряда, построение тренда. Основные статистические модели.
- 18) Прогнозная экстраполяция. Области применения. Ограничения этого метода в социальном прогнозировании.

2) Развёрнутые ответы на вопросы при письменном опросе:

1. Содержание и сущность дисциплины.
2. Концепции и идеи маркетинга.
3. Маркетинг в управлении фирмой: основные направления.
4. Изучение рынка в комплексе как основа маркетинга.
5. Маркетинговая деятельность при создании нового товара.
6. Рынок и маркетинг: взаимосвязь и взаимозависимость.
7. Сегментация рынка.
8. Создание маркетинговой службы.
9. Взаимосвязь маркетинговой деятельности и успеха предприятия.
10. Функции маркетинговых коммуникаций.
11. Стил и имидж фирмы: значение, формирование.

12. Цикл жизни товара, деятельность маркетолога.
13. Конкурентоспособность продукции, маркетинг.
14. Информационная составляющая в исследовании рынка.
15. Первичные источники информации, методы их выявления.

Оценк Критерий оценки устного и письменного ответа на практическом занятии

а

- | | |
|---|---|
| 5 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии. |
| 4 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии. |
| 3 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия. |
| 2 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия. |

3) Подготовка краткого сообщения по результатам работы с литературой и источниками

Для подготовки краткого сообщения студент использует предложенные преподавателем литературу и источники (см. п. 9) самостоятельно выявленный материал.

Объем сообщения – 5 минут (2-3 страницы текста). Работа должна состоять из частей 1) краткий анализ источника 2) основные цели автора(ов) источника 3) основные идеи, отраженные в источнике 4) краткие выводы.

Примерные темы кратких сообщений:

1. Структура социологического знания.
2. Функции социологии как науки.
3. Статус социологии в системе общественных наук.
4. Соотношение социологии с другими общественными дисциплинами.

Источниковедческая база и категориальный аппарат современной социологической науки.

5. Структура и функции современной социологической науки.
 6. Макро и микро социология.
 7. Социология семьи.
 8. Социология личности.
 9. Социология культуры.
 10. Политическая социология.
 11. Социальная структура современного общества.
 12. Понятие социальной структуры.
 13. Теоретические подходы к анализу социальной структуры постсоветского общества.
- Трансформация социальной структуры в современном обществе.

14. Основные этапы становления и развития социологии как науки.
15. Социальные институты.
16. Социальная стратификация.
17. Методы проведения социологических исследований.

Оценка	Критерий оценки краткого сообщения
5	Содержание краткого сообщения соответствует освещаемому вопросу, тема полностью раскрыта, сообщение структурировано, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии.
4	Содержание краткого сообщения соответствует освещаемому вопросу, тема полностью раскрыта, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом сообщение неструктурировано и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии.
3	Содержание краткого сообщения соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, сообщение неструктурировано, информация трудна для восприятия.
2	Содержание краткого сообщения соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, сообщение неструктурировано, информация трудна для восприятия.

4) Примерная тематика докладов и рефератов:

1. Социально-экономическая сущность маркетинга, формы ее проявления в теоретическом аспекте.
2. Формы проявления социально-экономической сущности маркетинга в практическом аспекте.
3. Роль маркетинга в социально-экономической жизни общества.
4. Маркетинговая среда: понятие, факторы, структура, особенности.
5. Основные факторы макросреды.
6. Цели и задачи маркетинговой деятельности.
7. Функции маркетинга, их содержание.
8. Виды маркетинга: признаки их классификации и характеристика.
9. Сегментации рынка, ее сущность, цель, методологические основы и социально-экономическое значение.
10. Этапы процесса сегментации рынка, их содержание.
11. Признаки сегментации рынка потребительских товаров.
12. Особенности и признаки сегментации рынка товаров производственного назначения.
13. SWOT – анализ, его сущность, цель, содержание.
14. Критерии, стратегии, основные этапы и методы выбора целевого рынка (сегмента).
15. Позиционирование товара на целевом рынке, его сущность, цель и варианты.
16. Ошибки позиционирования.
17. Покупательское поведение на потребительском рынке: особенности, основные характеристики, процесс принятия решения о покупке.
18. Покупательское поведение на рынке промышленных товаров: основные отличия, принятие решения о покупке, участники закупочного центра.
19. Содержание комплекса маркетинга, его социально-экономическое значение.
20. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ), необходимость ее учета в процессе планирования продукции.

- 21.Ценовая политика: сущность, роль в комплексе маркетинга и принципы разработки.
- 22.Ценообразование в комплексе маркетинга, его содержание (основные этапы) и методы.
- 23.Товародвижение в комплексе маркетинга, его сущность, цель организации и роль в производственно-сбытовой деятельности предприятия.

Критерии оценивания докладов:	Наименование показателей	Максимальное количество баллов
За выполнение данного вида работы максимальное количество баллов составляет 5 баллов, из них: Наименование критерия		
Степень рас-крытия сущно-сти проблемы	соответствие содержания темы доклада; полнота и глубина раскрытия основных понятий; знание и по-нимание проблемы, умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, основные положения; умение четко и обоснованно формули-ровать выводы; «трудозатратность» (объем изучен-ной литературы, добросовестное отношение к ана-лизу проблемы); самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала.	3
Ответы на уточняющие вопросы	ответ структурирован, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, де-монстрируется высокий уровень участия в дискус-сии	1
Соблюдение требований по оформлению	точность в цитировании и указании источника тек-стового фрагмента, правильность, аккуратность оформления, соблюдение требований к объему док- лада; грамотность культура изложение материала	1

5) Примерная тематика презентаций УК-2; УК-3; ОПК-1; ПК-1; ПК-2:

1. Экспорт и импорт в маркетинге.
2. Маркетинг и управление качеством продукции: взаимосвязь.
3. Отличия маркетинговой деятельности фирм нескольких стран.
4. Реклама в деятельности маркетолога.
5. Полевые исследования в науке, методы.
6. Анализ способности фирмы создавать конкурентоспособные товары.
7. Торговая марка: определение, особенности, примеры.
8. «Public relations» — определение, функции, коммуникационная политика.
9. Реклама отечественных, зарубежных производителей на телевидении РФ.
10. Эффективность стимулирования сбыта товара: мероприятия, оценка.

11. Каналы сбыта: определение, сравнительный анализ.
12. Стандартизация и ее роль в политике сбыта товара.
13. Ассортимент: определение, оптимальный ассортимент, влияние товарной политики.
14. Товарная политика производителя: важность упаковки товара.
15. Российская фирма и маркетинговая деятельность: взаимозависимость и примеры.
16. Маркетинговые аспекты поведения потребителей.
17. Бизнес-план в маркетинговой деятельности.
18. Успешность фирмы на рынке: основные факторы.
19. КФУ (ключевые факторы успеха) фирмы, основные принципы их определения.
20. Концепция и стратегия разработки нового вида товара в фирме.
21. Некоммерческие организации и маркетинговые методы.
22. Политика цен внутри страны и между странами.

Критерии оценивания презентаций: За выполнение данного вида работы максимальное количество баллов составляет 5 баллов, из них:

Наименование критерия	Критерии оценивания			
	5	4	3	2
Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	Не сформулирована цель и тема. Проблема не решена.
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки.	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используются.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании.
Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского	Автор владеет материалом по теме, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература.	Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия.	Представлены искаженные данные

искусства. Полно
и точно
цитируется ис-
пользованная
литература

Недостаточно
цитируется ли-
тература.

Промежуточный контроль - итоговая оценка знаний студента, осуществляется по накопительной системе суммированием баллов, полученных в процессе текущего и рубежного контроля.

Форма промежуточного контроля – экзамен

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением СОГУ.¹

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
<i>Текущая оценка студента в течение 1-8 недели состоит из:</i>	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Выполнения домашних заданий	5
• Самостоятельных работ	5
1-я рубежная письменная контрольная работа	15
<i>Текущая оценка студента в течение 10-15 недели состоит из:</i>	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Выполнения домашних заданий	5
• Самостоятельных работ	5
2-я рубежная письменная контрольная работа	15
Итого	70

Методика формирования результирующей оценки²

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0- 70 баллов:

1-я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ или контрольная работа;

От 0 до 20 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинар-ских (практических) занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 15 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ; От 0 до 20 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях Промежуточный контроль:

Для зачета:

За устный ответ на экзамене студент получает 0-50 баллов.

¹ Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры и специалитета в СОГУ.

² В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (от 05.03.2018 г., пр. № 47)

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-100 баллов, автоматически получают «Зачет».

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле.

Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
Форма контроля	Сумма баллов	Название
Экзамен	86 - 100	отлично
	71-85	хорошо
	50-70	удовлетворительно
Зачёт	50-100	зачтено
	0-50	не зачтено

Зачет проводится в устной форме.

Критерии оценки

- оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, показал готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала, способность к самосовершенствованию на основе традиционной нравственности, исчерпывающе, последовательно, логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами поиска необходимой информации в справочных и интернет-ресурсах, использует в ответе материал словарей, правильно и творчески строит диалогическую речь, владеет навыками говорения, письма, чтения и перевода с объема, необходимым для осуществления профессиональной деятельности;

- оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, не показал достаточной готовности к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала, способности к самосовершенствованию на основе традиционной нравственности, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания по проверке навыков говорения, чтения и перевода текста в объеме, необходимом для осуществления профессиональной деятельности.

возникновения маркетинга

2. Этапы развития маркетинга

3. Понятие и сущность маркетинга

4. Принципы маркетинга. Цели и задачи маркетинга

5. Функции маркетинга. Концепция маркетинга
6. Классификация маркетинга. Субъекты маркетинга
7. Виды маркетинга. Элементы комплекса маркетинга
8. Понятие маркетинговой деятельности. Методы и структура маркетинговой деятельности
9. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда
10. Процесс и система маркетинга
11. Управление маркетингом
12. Роль маркетинга в деятельности предприятия
13. Понятие и виды конкуренции
14. Конкурентные стратегии
15. Методы исследования рынка
16. Метод бенчмаркинга

17. План маркетинга
18. Маркетинговая информация, ее виды
19. Понятие и сущность сегментирования
20. Этапы сегментирования. Виды сегментации
21. Классификация потребителей
22. Характеристики покупателей, влияющие на их поведение при покупке
23. Товар, как средство удовлетворения потребителей
24. Понятие товара, классификация товара
25. Товарный ассортимент. Конкурентоспособность товара
26. Маркетинговая стратегия товара
27. Жизненный цикл товара
28. Сущность и значение товарной политики. Формирование товарной политики
29. Понятие и сущность товарного знака. Значение товарного знака
30. Понятие, сущность и классификация услуг
31. Неосязаемость, неотделимость и непостоянство качества услуг
32. Ценообразование: понятие сущность и виды
33. Виды ценообразования, определение и роль цены на рынке
34. Сбытовая политика предприятия
35. Факторы, влияющие на уровень обслуживания покупателей
36. Система товародвижения
37. Анализ внутренней и внешней среды
38. Анализ организации сбытовой деятельности на предприятии
39. Анализ факторов, влияющих на повышение качества продукции
40. Анализ конкуренции. Идентификация конкурентов. Уровни конкуренции
41. SWOT-анализ предприятия
42. Маркетинговые коммуникации
43. Стимулирование сбыта. Сущность и задачи стимулирования
44. Понятие рекламы, ее цели и функции. Формы рекламы
45. Планирование бюджета
46. Реклама и жизненный цикл товара
47. Маркетинговый контроль
48. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности
49. Основы концепции управления предприятием в условиях рынка
50. Понятие международного маркетинга. Сущность и задачи международного маркетинга

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины а) основная литература:

1. Калужский, М.Л. Маркетинг: учебник для вузов / М.Л. Калужский. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029>
2. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437>
3. Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573174>

б) дополнительная литература:

4. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172>
5. Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991>
6. Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 440 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>
7. Федотова, Л.Н. Социология рекламной деятельности : учебник / Л.Н. Федотова ; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. – 5-е изд., перераб. – Москва : Московский Государственный Университет, 2014. – 457 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595573>

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:
 – eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.

- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.
- Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: <http://www.consultant.ru/>.
- Информационно-правовой портал «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>.
- Философский портал philosophy.ru <http://www.philosophy.ru>
- Цифровая библиотека по философии <http://filosof.historic.ru>
- Философская библиотека Средневековья <http://antology.rchgi.spb.ru/index.html>
- Библиотека портала Credo.ru <http://www.portal-credo.ru/site/?act=lib&id=197>
- Философия и атеизм <http://books.atheism.ru/>
- Тексты классической арабской философской мысли в русском переводе <http://smirnov.iphras.ru/win/teach/library.htm>
- Философия, психология, политика <http://www.magister.msk.ru/library/philos/> philos.htm
- Philosophy <http://eserver.org/philosophy/>

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

<p>№ 304. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска; набор демонстрационного оборудования (переносные проекционный экран и проектор), ноутбук, колонки, Комплекты лицензионного ежегодно обновляемого программного обеспечения (с указанием реквизитов подтверждающего документа): Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г). Программное обеспечение 1С: Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия (№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно), Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г), Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ» (№795 от 26.12.2020 (действителен до 30.12.2021г) с ЗАО «Анти-Плагат»).</p> <p>Перечень ПО в свободном доступе: WinRar, Sublimetext 3, Google Chrome, Yandex Browser, Opera Browser, Система управления базами данных MySQL FireBird; Visual Studio Code, Blender for Visual Studio, Visual Studio 2019, Open Server, Code Blocks, Anaconda3, Android Studio, PyCharm-community, Python 3.8.5.; Kaspersky Free</p>	<p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия — Алания, г. Владикавказ, Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10</p>
<p>Ауд № 405. Учебная аудитория для занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска; Комплекты лицензионного ежегодно обновляемого программного обеспечения (с указанием реквизитов подтверждающего документа): Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г). Программное обеспечение 1С: Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия (№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно), Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г), Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ» (№795 от 26.12.2020 (действителен до 30.12.2021г) с ЗАО «Анти-Плагат»).</p> <p>Перечень ПО в свободном доступе: WinRar, Sublimetext 3, Google Chrome, Yandex Browser, Opera Browser, Система управления базами данных MySQL FireBird; Visual Studio Code, Blender for Visual Studio, Visual Studio 2019, Open Server, Code Blocks, Anaconda3, Android Studio, PyCharm-community, Python 3.8.5.; Kaspersky Free</p>	<p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия — Алания, г. Владикавказ, Церетели/Ватутина, д. 19/16, учебный корпус №10</p>
<p>Лаборатории - компьютерные классы, ауд. №305 - компьютерные классы: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г). Программное обеспечение 1С: Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия (№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно), Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г), Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ» (№795 от 26.12.2020 (действителен до 30.12.2021г) с ЗАО «Анти-Плагат»).</p> <p>Перечень ПО в свободном доступе: WinRar, Sublimetext 3, Google</p>	<p>Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия — Алания, г. Владикавказ, Ватутина/Церетели, д. 19/16, учебный корпус №10</p>

leChrome, YandexBrowser, OperaBrowser, Системауправлениябазами- данных MySQLFireBird; VisualStudioCode , BlendforVIsualStudio, Vi- sualStudio 2019, OpenServer, CodeBlocks, Anaconda3, AndroidStudio , PyCharm-community, Python 3.8.5.; KasperskyFree	
<p>Помещения для самостоятельной работы:</p> <p>– компьютерные классы с доступом к ресурсам сети Интернет: пре- подавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, ПК обучающихся, программное обеспече- ние: Комплекты лицензионного ежегодно обновляемого программ- ного обеспечения Windows 10 ProforWorkstations, (№ 4100072800 MicrosoftProducts (MPSA) от 04.2016г). Программное обеспечение 1С: Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 се- тевая версия (№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно), OfficeStandard 2016 (№ 4100072800 MicrosoftProducts (MPSA) от 04.2016г), Система поиска текстовых заимствований «Антиплаги- ат.ВУЗ» (№795 от 26.12.2020 (действителен до 30.12.2021г) с ЗАО «Анти-Плагат»).</p> <p>Перечень ПО в свободном доступе: WinRar, Sublimetext 3, GoogleCh- rome, YandexBrowser, OperaBrowser, Системауправлениябазамиданных MySQLFireBird; VisualStudioCode , BlendforVIsualStudio, VisualStudio 2019, OpenServer, CodeBlocks, Anaconda3, AndroidStudio , PyCharm- community, Python 3.8.5.; KasperskyFree</p> <p>–Библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, учебные и научные фонды библиотеки СОГУ;</p> <p>Зал электронных ресурсов (Научная библиотека, кабинет № 1.8), укомплектованный специализированной мебелью (рабочие места сту- дентов)</p> <p>Технические средства обучения: компьютерная техника (принтер, компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет», досту- пом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО «СОГУ».).</p> <p>Комплекты лицензионного ежегодно обновляемого программного обеспечения (с указанием реквизитов подтверждающего документа): Microsoft Windows, Microsoft Office, Trend Micro Office Scan Enterprise Security, Adobe Acrobat Reader. (№ 4100072800 MicrosoftProducts (MPSA) от 04.2016г). Система поиска текстовых заимствований «Ан- типлагиат.ВУЗ» (№795 от 26.12.2020 (действителен до 30.12.2021г) с ЗАО «Анти-Плагат»)</p> <p>ЭБС"Университетская библиотека ONLINE" https://biblioclub.ru ЭБС «Консультант студента» http://www.studentlibrary.ru ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru</p>	<p>Российская Федера- ция, 362025, Респуб- лика Северная Осетия — Алания, г. Влади- кавказ, Ватути- на/Церетели, д. 19/16,учебныйкорпус №10</p>

**Состав лицензионного и свободно распространяемого
программного
обеспечения, в том числе отечественного производства**

№ п/п	Наименование	№ договора(лицензия)
1	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от

		04.2016г
2	Windows 10 Pro for Workstations	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
3	Windows 8.1 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
4	Windows 8.1 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
5	Windows 8 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
6	Windows 8 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
7	Windows 7 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
8	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
9	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
1	Office Standard 2013	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
1	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
1	Система тестирования SunravWEBClass	№468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)
1	Программное обеспечение 1С: Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия	№ СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно
1	Система компьютерной верстки MikTex	Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно)
1	Kaspersky Endpoint Security	До 22.01.2024

1	Программное обеспечение для редактирования химических формул IsisDraw	Свободнопрограммноеобеспечение(бессрочно)
1	Программное обеспечение 1С: Предприятие 8.3 Управление торговлей	№КП /108 от 29.08.2017 с ООО «Максимум»(бессрочно)
1	Программное обеспечение 1С:зарплата и кадры гос.учреждения8	№СД./ №126., 01.07.2020г. «МАКСИМУМ-СОФТ» бессрочно
1	Программноеобеспечение 1С:бюджет.	№СД/76 01.03.2017г. «максимум-софт» (бессрочно)
2	Автоматизированная система «Управление –Деканат БРС»	Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611830 от 06.02.2015г.(бессрочно)
2	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно)
2	VSDESK	№ 210406/01 от 06.04.2021г. ИП И,А.Сергеев Тех.под. 07.04.2022
2	«Галактика»	от 14.03.2022г (примернаядата)
2	DIRECTUMRX – Система электронного документооборота	ООО Галактика ИТ договор № 120320/Д/А от 14.03.2022(примерная дата)
2	Услуги связи (доступ к сети интернет)	ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г - 31.12.2022г
2	MOODLE	Бесплатноероссийское
2	«Галактика РУЗ»	Лицензиябессрочная Тех.сопровождениеот 14.03.2022 г
2	Личныйкабинетабитуриента	Лицензиябессрочная Тех.сопровождениеот 14.03.2022 г
2	Личныйкабинетстудента/сотрудника	Лицензиябессрочная

		Тех.сопровождениеот 14.03.2022 г
3	Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ)	https://dvs.rsl.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
3	ЭБС"Университетскаябиблиотека ONLINE"	https://biblioclub.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
3	ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»	http://elibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
3	Универсальная баз данных EastView	https://dlib.eastview.com
3	ЭБС «Консультант студента» Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом.	http://www.studentlibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
3	ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям	www.biblio-online.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
3	КЭП (доменнаяндексе)	бесплатное
3	РусГард	бесплатное
3	ViPNet	

11. Листобновления/актуализации
