

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Северо-Осетинский государственный университет
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАМА ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинговый и ситуационный анализ»**

**Направление 38.03.02 Менеджмент
Профиль «Менеджмент»**

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**Год начала подготовки – 2023
Форма обучения – очная**

Утверждена в составе ОПОП.

Составители: к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма Бекмурзаева З.Х.

Владикавказ 2023

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётные единицы.(216 час.).

	ОчнаяФормаобучени я
Курс	3/4
Семестр	6/7
Лекции	34/16
Практические занятия	16/16
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	50/32
Самостоятельная работа	58/49
Курсовая работа	-
Зачет	+/-
Экзамен	0/27
Общее количество часов	216 час.

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинговый и ситуационный анализ» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для организации и проведения маркетингового и ситуационного анализа и разработки на основе его результатов компетентных управленческих решений.

Основными задачами учебной дисциплины «Маркетинговый и ситуационный анализ» являются в теоретической и методологической областях – освоение методологий маркетингового анализа и изучение современных технологий маркетингового анализа; в практической области – овладение навыками разработки программ маркетингового анализа и умение его проведения.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Маркетинговый и ситуационный анализ» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули). Часть, формируемая участниками образовательных отношений . Б1.В.ДВ.10.02.

Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовую подготовку по дисциплинам «Маркетинг» и «Маркетинговые исследования».

Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, необходимы для изучения последующей дисциплины:«Управление маркетинговыми проектами» и написания ВКР.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10);

Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям деятельности организации (ПК-1);

Владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПК-7).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
Код	Формулировка	Знать:	Уметь	Владеть:
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	-основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода; - критерии сопоставления различных вариантов решения поставленной задачи	анализировать задачу, используя основы критического анализа и системного подхода;	поиском необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	-принципы рыночного обмена и закономерности функционирования рыночной экономики, ее основные понятия, основные принципы экономического анализа для принятия решений; - сущность и функции предпринимательской деятельности и риски, связанные с ней, особенности частного и государственного предпринимательства, инновационной деятельности	критически оценивать информацию о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны, последствий экономической политики для принятия обоснованных экономических решений	умением принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ПК-1	Владеет навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям	-принципы системного анализа; -подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового и ситуационного анализа	применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового и ситуационного анализа	Навыками анализа показателей деятельности предприятия

	деятельности организации			
ПК-7	Владеет навыками разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	-методы организации работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации; -методы подготовки и согласования плана проведения маркетингового анализа, подходы к формированию сбытовой политики организации	обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики, использовать прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов	Навыками анализа текущей рыночной конъюнктуры, продвижения товаров (услуг) организации на рынок, разработки средств и каналов коммуникаций для проведения политики ценообразования

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

Номер темы	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		л	пр	Содержание	Часы		
				6 семестр			
1.	Лекция «Методы маркетингового и ситуационного анализа»	2	2		8	Опрос, презентация, вопросы в контрольной, рубежной	[1-3о], [4-7д]

						аттестации	
2.	<p>Лекция «Исследование рынков и анализ рыночной ситуации». Анализ конъюнктуры на основе системных принципов. Роль информационного обеспечения анализа конъюнктуры рынка. Этапы процесса анализа конъюнктуры. Форма анализа конъюнктуры. Прогноз конъюнктуры. Понятие прогноза в общем виде и прогноза товарного рынка. Рыночный спрос. Факторы внешней среды и маркетинговые факторы, оказывающие влияние на величину спроса. Анализ рынка потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения на</p>	6	2	<p>Исследование рынков. Анализ конъюнктуры на основе системных принципов. Роль информационного обеспечения анализа конъюнктуры. Этапы процесса анализа конъюнктуры.</p>	10	<p>Опрос, презентация, вопросы в контрольной рубежной аттестации</p>	<p>[1-3о], [4-7д]</p>

	основе трех подходов.						
3.	Лекция «Анализ поведения потребителей на рынке». Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. Анкета для оценки факторов личного влияния. Анализ отношения потребителей к определенной марке товаров. Анализ системы ценности потребителей. Анализ намерений потребителей. Анализ поведения потребителей при и после покупки.	8	4	Анализ поведения потребителей на рынке. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. Анализ системы ценностей потребителей.	10	Опрос, презента ция, вопросы в контрол ьной рубежно й аттестаци и	[1-3о], [4-7д]
4.	Лекция «Анализ конкуренции и конкурентов Анализ и оценка конкурентной среды Определение конкурентов предприятия	6	4	Основные факторы конкуренции Анализ конкурентов	10	Опрос, п резентац ия, вопросы в контрол ьной рубежно й аттестаци и	[1-3о], [4-7д]

5.	Лекция «Анализ товаров и товарной политики» Общая характеристика товарной политики Оценка конкурентоспо- собности товара	6	2	Общая характеристика товаров Сравнительные оценки характеристик конкурирующих товаров	10	Опрос, презента- ция, вопросы в контрол- ьной рубежно- й аттестац- ии	[1-3о], [4-7д]
6.	Лекция «Анализ ассортимента и ассортиментно- й политики» Анализ маркетинговых показателей ассортимента Анализ прибыльности товаров в ассортименте	6	2	Анализ структуры ассортимента (ABC- анализ) Анализ стабильности продаж (XYZ-анализ	10	Опрос, презента- ция, вопросы в контрол- ьной рубежно- й аттестац- ии	[1-3о], [4-7д]
	Итого	34	16		58		
				7 семестр			
7.	Лекция «Анализ сбыта и сбытовой политики». Задачи анализ сбыта. Общая характеристика сбытовой политики. Анализ работы с посредниками.	6	6	Изучение конкурентов Привлекательность отрасли и конкурентная борьба внутри нее. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование конкурентоспособн- ости фирмы в целом.	12	Опрос, презента- ция, вопросы в контрол- ьной рубежно- й аттестац- ии	[1-3о], [4-7д]
8.	Лекция «Анализ маркетинговых коммуникаций »	2	2	Схема продвижения товаров предприятия	10	Опрос, презента- ция, вопросы в контрол	

	Понятие маркетинговых коммуникаций. Объекты маркетинговых коммуникаций.					ьной рубежно й аттестац ии	
9.	Лекция «Анализ рекламной деятельности предприятия.». Общее содержание анализа рекламы. Анализ эффективности и популярности отдельных рекламных средств для разных целевых аудиторий. Анализ эффективности рекламной политики фирмы в целом. Анализ влияния рекламы на покупательское поведение.	8	8	Анализ рекламной политики Анализ эффективности рекламной политики в целом. Анализ эффективности и популярности рекламных средств для разных целевых аудиторий	14	Опрос, презентация, вопросы в контрольной рубежно й аттестац ии	[1-3о], [4-7д]
10.	Лекция «Анализ организации маркетинга на предприятии Выполнение функций маркетинга Роль и влияние маркетинга на предприятии Финансирован ие маркетинга	6	6	Методика оценки состояния маркетинга на предприятии	13	Опрос, презентация, вопросы в контрольной рубежно й аттестац ии	[1-3о], [4-7д]
	Итого	16	16		49		

Примечания:

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ дистанционного обучения.

6. Образовательные технологии

Интерактивные технологии. Методы обучения: «мозговой штурм», дебаты, презентационный метод, работа в парах, работа в группах, деловая игра. Формы обучения: семинар-беседа.

Технологии контекстного обучения – система дидактических форм, методов и средств, направленная на моделирование Контекстно-научная с информационсодержания будущей профессиональной деятельности специалиста. Методы обучения: анализ конкретных ситуаций, методы работы с информационными базами данных, деловая игра и др. Формы обучения: семинар-беседа, проблемный семинар, семинар «круглый стол», семинар-дебаты.

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

Примечания:

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основе локальных нормативных актов.
- В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, реализующих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием платформ дистанционного обучения, входящих в ЭИОС СОГУ.

7. Методические указания по дисциплине

7.1. 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 относится:

- подготовка презентаций;
- подготовка информационных сообщений;
- составление схемы;
- самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов;
- работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

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

Методические рекомендации по оформлению презентации

- 1) Не перегружать слайды текстом.
- 2) Наиболее важный материал лучше выделить.
- 3) Не следует использовать много мультимедийных эффектов анимации. Особенно нежелательны такие эффекты, как вылет, вращение, побуквенное появление текста. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.
- 4) Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта.
- 5) Текст презентации должен быть написан без орфографических и пунктуационных ошибок.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Критерии оценки контрольной работы могут быть как общие, так и частные. К общим критериям можно отнести следующие:

- соответствие контрольной работы теме;
- глубина и полнота раскрытия темы;
- адекватность передачи содержания первоисточника; логичность, связность; доказательность;
- структурная упорядоченность (наличие введения, основной части, заключения, их оптимальное соотношение);
- оформление (наличие плана, списка литературы, культура цитирования, сноски и т. д.); языковая правильность.

Частные критерии относятся к конкретным структурным частям контрольной работы: введению, основной части, заключению.

1. Критерии оценки введения: наличие обоснования выбора темы, ее актуальности; наличие сформулированных целей и задач работы; наличие краткой характеристики первоисточников.

2. Критерии оценки основной части: структурирование материала по разделам, параграфам, абзацам; наличие заголовков к частям текста и их соответствие содержанию; проблемность и разносторонность в изложении материала; выделение в тексте основных понятий и терминов, их толкование; наличие примеров, иллюстрирующих теоретические положения.

3. Критерии оценки заключения: наличие выводов по результатам анализа; выражение своего мнения по проблеме; наличие приложения: рисунков и схем (при необходимости).

Все требования к контрольной работе сообщаются задолго до его написания. Общая оценка за контрольную работу выставляется следующим образом: от 65% до 80% - «удовлетворительно»; 80-90% - «хорошо»; 90-100% - «отлично».

Методические указания для преподавателей по проведению практических занятий по дисциплине «Маркетинговый и ситуационный анализ»

В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, решаются задачи из сборников по введению в языкознание, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет изложение теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций,

отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть конкретными и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

После предварительной части следует начинать разбирать вопросы, имеющие более длинные сценарии взаимодействия основных идей темы занятия.

Устный опрос требует от преподавателя большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Письменная проверка, наряду с устной, является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытаться объективности оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

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, 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 занятиях с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или 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 такие контрольные мероприятия проводятся по графику.

Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

№	Компетенция	Задания для диагностики сформированности компетенций	Ссылки
Задания открытого типа			
Задания для диагностики развития теоретических знаний			
1.	УК-1	Что представляет собой маркетинговая информация?	1..Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511401 , с.50
2.	УК-1	Какие виды маркетинговой информации Вы знаете?	Там же, с.52
3.	УК-1	Перечислите источники вторичной информации	Там же, с.54
4.	УК-1	Какие проблемы возникают при использовании вторичной информации?	Там же, с.57
5.	УК-1	Что такое синдикативная информация?	Там же, с.58
6.	УК-1	Что представляет собой маркетинговая информационная система?	Там же, с. 74.
7.	УК-1	Назовите различия в анализе количественной и качественной информации	Там же, с.184

8.	УК-1	Дайте общую характеристику основных статистических методов анализа	Там же, с.187.
9.	УК-1	Что представляет собой SWOT-анализ?	Там же, с.200
10.	УК-1	Что представляет собой PEST-анализ?	Там же, с.204
11.	УК-10	Что представляет собой маркетинговая среда?	Там же, с.21
12.	УК-10	Какие изменения в маркетинговой среде оказывают влияние на принятие экономических решений?	Там же, с.21
13.	УК-10	Какие виды маркетинговой среды Вы знаете?	.Там же, с. 21
14.	УК-10	По каким показателям исследуется конкурентоспособность предприятия?.	Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16648-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531436 ,с.214
15.	УК-10	По каким показателям исследуется конкурентоспособность товара	Там же, 220
16.	УК-10	Дайте понятие конкурентов	Там же, с.209.
17.	УК-10	Приведите классификацию конкурентов	Там же, с.209
18.	УК-10	Дайте основные понятия емкости рынка	.Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511401 , с 218
19.	УК-10	Какие методы расчета емкости рынка Вы знаете?	Там же, с 220
20.	УК-10	Какие существуют типы рынков по степени конкуренции	Там же, с.236

21.	ПК-1	Дайте определение маркетингового анализа	Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515455 с.8
22.	ПК-1	Каковы цели маркетингового анализа?	Там же, с. С.8
23.	ПК-1	Что собой представляет система анализа?	Там же, с. 13
24.	ПК-1	Назовите состав системы маркетингового анализа	Там же, с. 13.
25.	ПК-1	Назовите основные принципы ведения мониторинга	Там же, с.48
26.	ПК-1	Что представляет собой мониторинг внутренней среды предприятия?	Там же, с.49.
27.	ПК-1	Что представляет собой анализ производственного процесса предприятия?	Там же, с.50
28.	ПК-1	Какие показатели деятельности предприятия подлежат анализу?	Там же, с. 53.
29.	ПК-1	Какие показатели финансового состояния предприятия подлежат анализу?	Там же, с.57.
30.	ПК-1	Какие маркетинговые показатели деятельности предприятия подлежат анализу?	Там же, с.61
31.	ПК-7	Что собой представляет программа маркетингового анализа	Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

			https://urait.ru/bcode/510093 с.103
32.	ПК-7	Перечислите этапы подготовки плана маркетингового исследования (анализа)	Там же, с.103
33.	ПК-7	Перечислите этапы реализации плана маркетингового исследования	Там же, с.110
34.	ПК-7	Каковы цели в программе маркетингового исследования?	Там же, с.80
35.	ПК-7	Как определяется потребность в маркетинговом исследовании?	Там же, с. 71
36.	ПК-7	Определение методов исследования в программе маркетинга	Там же, с.90
37.	ПК-7	Исследование товарной политики фирмы	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511398 , с.162
38.	ПК-7	Разработка программы ценовой политики предприятия	Там же, с.196
39.	ПК-7	Исследование формирования каналов распределения товаров	Там же, с.243
40.	ПК-7	Исследование продвижения товаров и услуг на рынке	Там же, с. 209

Тестовых заданий по дисциплине для формирования компетенций

УК-1

1.Целью функционирования маркетинговой информационной системы является:

создание плана маркетинга;

+предоставление информации для принятия управленческих решений;

реализация маркетинговой концепции управления предприятием;

все ответы верны;

правильного ответа нет.

2. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы:

+сбор, переработка, анализ, передача и хранение информации;

принятие решений по управлению предприятием;

принятие решений по управлению маркетингом;

все ответы верны;

правильного ответа нет.

3.Система внутренней маркетинговой информации предназначена для:

сбора и обработки информации из источников, находящихся внутри исследуемого объекта;
+предоставления текущей информации о деятельности фирмы, позволяющей более эффективно обслуживать запросы клиентов;
предоставления эксклюзивной информации

4. Система анализа маркетинговой информации включает в себя:
базы данных;
систему маркетинговой информации;
банк методов и моделей;
+все ответы верны;
правильного ответа нет.

5. Для определения функции одной переменной от одной или нескольких независимых переменных используется:
+регрессионный анализ;
вариационный анализ;
факторный анализ;
все ответы верны;
правильного ответа нет.

6. Традиционный анализ документов представляет собой:
+анализ цепочки умозаключений, отражающих суть материала с конкретной точки зрения;
анализ содержания текста с помощью некоторых смысловых категорий;
анализ отношения автора к описываемым событиям.

7. Порядок проведения классического анализа документов включает в себя:
выявление структуры текста и его информативности;
выявление категорий, с помощью которых описывается содержание исследуемой проблемы;
+внешний и внутренний анализ.

УК-10

1.Вероятность будет определена объективно, в том случае если:
+поступит достаточно информации для того, чтобы прогноз оказался статистически достоверным
при определении вероятности будут использованы научные методы
будут произведены дополнительные исследования

2. Как правило, одного лишь суждения будет недостаточно для принятия решения:
когда ситуация не дает достаточно информации;
+когда ситуация уникальна или очень сложна;
когда ситуация довольно проста

3. Как называется отношение числа появлений случайного события к общему числу наблюдений:
+частота;
дисперсия;
вероятность

4. В задаче о продуктовом наборе критерием оптимальности являются требования:
минимального объема;
минимального веса;
+минимальной цены
5. То, что принятое решение не должно ни отставать, ни опережать потребности и задачи социально-экономической системы, означает:
всестороннюю обоснованность решения;
согласованность решения с принятыми ранее решениями;
+своевременность решения
6. Состоянию, когда в результате деятельности фирма рискует частью или всей величиной чистой прибыли, соответствует область:
+минимального риска;
приемлемого риска;
повышенного риска

ПК-2

1. В ходе текущего экономического анализа осуществляется
изучение экономических процессов с позиции их будущего развития;
+периодическое, всестороннее изучение результатов экономической деятельности;
сопоставление экономического эффекта деятельности сравниваемых объектов;
постоянное наблюдение выполнения плановых заданий
2. Для оценки выполнения программ, планов, достигнутых результатов используют ...
экономический анализ
перспективный;
научный;
+текущий;
оперативный
3. Текущий экономический анализ связан с (со)
+краткосрочным планированием;
функцией оперативного управления;
перспективным прогнозированием;
среднесрочным прогнозированием
4. Для изучения экономических явлений и процессов с позиции их будущего развития используют экономический анализ
научный;
оперативный;
текущий;
+перспективный
5. Оперативный анализ связан с (со)
краткосрочным планированием;
среднесрочным прогнозированием;

перспективным прогнозированием;
+функцией оперативного управления

6. По полноте и содержанию изучаемых вопросов выделяют анализ
годовой, кварталный, месячный;
сплошной, выборочный;
сравнительный, стоимостной;
+системный, комплексный, локальный

ПК-7

1. Стратегический маркетинг не может определяться как (укажите лишнее):
Стержень всеобъемлющей политики предприятия, учитывает всех участников рынка и окружающую его среду.

Маркетинг, базирующийся на результатах анализа и прогноза существующих условий окружающей среды, а также сильных и слабых сторон собственной деятельности и деятельности конкурентов.

+Современный маркетинг, предполагающий в центре планирования всех усилий исключительно конкретного потребителя.

2. Что представляет собой маркетинговая стратегия?

Комплекс приемов поведения предпринимателей на рынке.

+Воплощение комплекса принципов, с помощью которых формируются конкретные цели маркетинга на определенный период и организуется достижение этих целей с учетом возможностей конкретного субъекта рынка.

Результат целенаправленной работы профессионалов – маркетологов на фирме.

3. Маркетинговую стратегию нужно изменять:

+В зависимости от прогнозов изменения рыночной ситуации.

В соответствии с изменениями конъюнктуры спроса на товары.

С учетом интересов возможных новых партнеров фирмы.

Если этого требуют конкретные потребители.

4. Что является базой для успеха товара?

Уровень товара по замыслу.

Характеристика товара в реальном исполнении.

+Предложение товара с подкреплением.

Цена потребления товара.

5. Содержание функции «разработка нового товара» включает:

+Генерацию идей и проверку концепции товара.

Организацию продвижения и стимулирования сбыта.

Организацию рыночного тестирования нового товара.

Разработку стратегии товародвижения продукции.

6. Стратегия интенсивного маркетинга предполагает:

+ низкие цены на новый товар сочетаются с большими затратами на стимулирование сбыта.
высокие цены и низкий уровень сбытовых расходов. в) высокие цены и большие затраты на стимулирование сбыта.

рациональное соотношение низких цен на товар и незначительных расходов на стимулирование сбыта.

Критерии оценивания самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование оценочного средства	Шкала оценивания
1.	Составление опорного конспекта	<p>- 2 балла выставляется студенту, если конспект содержателен и соответствует разработанному плану; в конспекте полностью отражены основные положения и результаты работы автора; студент излагает мысли своими словами в ясной и лаконичной форме; соответствие оформления конспекта требованиям; наличие схем и графическое выделение особо значимой информации; самостоятельно сформулировано резюме по прочитанному и законспектированному материалу;</p> <p>- 1,5 балла выставляется студенту, если конспект достаточно содержателен и соответствует плану; в конспекте достаточно полно отражены основные положения и результаты работы автора; конспект составлен словами, заимствованными из первоисточника; соответствие оформления конспекта требованиям; наличие схем и графическое выделение особо значимой информации; резюме по прочитанному и законспектированному материалу составлено с помощью преподавателя;</p> <p>- 1 балл выставляется студенту, если конспект недостаточно содержателен и частично соответствует плану; в конспекте недостаточно полно отражены основные положения и результаты работы автора; конспект составлен словами, заимствованными из первоисточника; не полное соответствие оформления конспекта требованиям; отсутствие в конспекте схем и графического выделения особо значимой информации; резюме по прочитанному и законспектированному материалу отсутствует;</p> <p>- 0 баллов выставляется студенту, если конспект не содержателен и не соответствует плану; в конспекте не отражены основные положения и результаты работы автора; конспект составлен словами, полностью заимствованными из первоисточника; оформление конспекта не соответствует требованиям; отсутствие в конспекте схем и графического выделения особо значимой информации; резюме по прочитанному и законспектированному материалу отсутствует.</p>
2.	Составление схемы	<p>- 3 балла выставляется студенту, если содержание схемы полностью соответствует содержанию темы; структура логична; правильный отбор информации; наличие обобщающего характера изложения информации;</p>

		<p>- 1-2 балла выставляется студенту, если содержание схемы не в полной мере раскрывает содержание темы; изучаемый материал проработан фрагментарно; отсутствует обобщающий характер изложения информации;</p> <p>- 0 баллов выставляется студенту, если содержание схемы не раскрывает содержание темы; демонстрируется фрагментарный объем знаний в рамках освещаемого вопроса; отсутствует обобщающий характер изложения информации.</p>
3.	Анализ ситуаций	<p>- 2 балла выставляется студенту, если проводится комплексная оценка предложенной ситуации; знание теоретического материала с учетом междисциплинарных связей, правильный выбор тактики действий;</p> <p>- 1 балл выставляется студенту, если проводится комплексная оценка предложенной ситуации, незначительные затруднения при ответе на теоретические вопросы, неполное раскрытие междисциплинарных связей; правильный выбор тактики действий; логическое обоснование теоретических вопросов с дополнительными комментариями педагога;</p> <p>- 0 баллов выставляется студенту, если происходит неверная оценка ситуации; неправильно выбрана тактика действий.</p>
4.	Подготовка информационного сообщения	<p>- 3 балла выставляется студенту, если содержание сообщения полностью соответствует освещаемому вопросу; сообщение отличается глубиной проработки изучаемого материала; выделены основные понятия; в текст сообщения введены дополнительные данные, характеризующие объект изучения; точное использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопрос; умение делать обоснованные выводы; сообщение отличается грамотностью и полнотой использования источников; наличие элементов наглядности;</p> <p>- 2 балла выставляется студенту, если содержание сообщения соответствует освещаемому вопросу; выделены основные понятия; использование необходимой научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопрос; умение делать обоснованные выводы при наличии несущественных недочетов; сообщение отражает полноту использования источников; наличие элементов наглядности;</p> <p>- 1 балл выставляется студенту, если содержание сообщения частично соответствует освещаемому вопросу; использование необходимой научной терминологии; стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопрос; умение делать выводы при наличии исправленных с помощью преподавателя недочетов; элементы наглядности отсутствуют; сообщение не отражает полноту использования источников;</p> <p>- 0 баллов выставляется студенту, если содержание</p>

		сообщения не соответствует освещаемому вопросу; демонстрируется фрагментарный объем знаний в рамках освещаемого вопроса; неверное использование научной терминологии, нарушение в стилистическом и логическом изложении ответа на вопрос; выводы излагаются с существенными ошибками.
--	--	---

**Критерии оценки устного и/или письменного ответа
на практическом занятии**

За выполнение данного вида работы максимальное количество баллов составляет **5 баллов**, из них:

Оценка	Критерии оценки устного и/или письменного ответа на практическом занятии
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.

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	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме и дан ответ на проблемный вопрос. Даны	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме неточна. Проблема до	Не сформулирована цель и тема. Проблема не решена.

	на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	ссылки на используемые ресурсы.	конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	
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 искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	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. Недостаточно цитируется литература.	Представлены искаженные данные

8.2. Оценочные средства для проведения рубежной аттестации

Тесты для рубежных аттестаций (УК-1, УК-10, ПК-1, ПК-7)

Тестирование – активная форма проверки получения студентом знаний, проводится в электронной форме, на единой интернет-платформе в системе централизованного тестирования СОГУ Moodle: <http://lms.nosu.ru>

Методические рекомендации по подготовке к тесту

При подготовке к тесту необходимо углубленно изучить литературу по курсу, ориентируясь на литературу, размещенную в ЭБС www.Elibrary.ru, Юрайт, которая по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе.

Критерии оценивания. Для оценки каждому верному ответу дайте 1 балл. Далее подсчитайте общую сумму набранных Вами баллов. Определите оценку уровня знаний на данный момент времени. Оценка уровня подготовленности:

- 100% - 85% -высокий;
- 84% - 71% – допустимый;
- 70% - 50% – критический;
- менее 50%– недопустимый.

8.3. Промежуточный контроль знаний, умений и навыков

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

Форма промежуточного контроля – зачет.

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с «Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов для направлений бакалавриата и специалитета федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова», утвержденным приказом ректора от 01.10.2021 г., № 226.

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
<i>Текущая оценка студента за 1 рубеж состоит из:</i>	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Выполнения домашних заданий	5
• Оценки самостоятельной работы	5
1-е рубежноетестирование	15
<i>Текущая оценка студента за 2 рубеж состоит из:</i>	20
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Выполнения домашних заданий	5
• Оценки самостоятельной работы	5
2-е рубежноетестирование	15
Итого	70

Аттестация студентов осуществляется согласно следующему графику: 1-й семестр:

1-я рубежная аттестация – 8-9 недели семестра

2-я рубежная аттестация – последняя (предпоследняя) неделя семестра 2-й семестр: 1-я рубежная аттестация – 8-9 недели семестра 2-я рубежная аттестация – последняя (предпоследняя) неделя семестра¹.

¹ Положение о о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов для направлений бакалавриата и специалитета федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (от 01.10.2021 г., пр. № 226).

Методика формирования результирующей оценки²

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

1-я рубежная аттестация - максимально 35 баллов; из них:

от 0 до 15 баллов (P₁) - аттестационная (рубежная) контрольная работа;

от 0 до 20 баллов (T₁) - текущая работа студента в течение рубежа.

2-я рубежная аттестация – максимально 35 баллов; из них:

от 0 до 15 баллов (P₂)- аттестационная (рубежная) контрольная работа;

от 0 до 20 баллов (T₂) - текущая работа студента в течение рубежа.

Методика формирования результирующей оценки

Этап	Форма контроля	Критерии оценивания			
1. Текущий контроль (max 20 баллов за 1 модуль)					
		4 балла	3 балла	2 балла	0–1 баллов
	Посещение занятий (max 4 б.)	Студент посетил более 85% занятий	Студент посетил 71–85% занятий	Студент посетил 56–70% занятий	Студент посетил менее 56% занятий
		11–13 баллов	8–10 баллов	6–7 баллов	0–5 баллов
	Текущая работа в течение модуля (max 13б.)	Студент активно работает на занятиях, превосходно выполняет все задания преподавателя.	Студент активно работает на занятиях, хорошо выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, удовлетворительно выполняет задания преподавателя.	Студент недостаточно активно работает на занятиях, неудовлетворительно выполняет задания преподавателя.
		3 балла	2 балла	1 балл	0 баллов
	Доклад, презентация (max 3б.) / опорный конспект (max 3б.)	Тема полностью раскрыта. Превосходное владение материалом. Высокий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Превосходный стиль изложения.	Тема в основном раскрыта. Хорошее владение материалом. Средний уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Хороший стиль изложения.	Тема частично раскрыта. Удовлетворительно владение материалом. Низкий уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Удовлетворительный стиль изложения.	Тема не раскрыта. Неудовлетворительное владение материалом. Недостаточный уровень самостоятельности, логичности, аргументированности. Неудовлетворительный стиль изложения.
2. Рубежный контроль (15б. за 1 модуль)					
		13–15 баллов	10–12 балл	8–9 баллов	0–7 баллов
	Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продemonстрирован высокий уровень	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продemonстрирован неудовлетворительный

² Там же.

		владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	незначительные ошибки. Проявлены хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Продемонстрированы удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	ый уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.
3. Итоговый контроль по дисциплине					
		26–30 баллов	20–25 балла	15–19 баллов	0–14 баллов
	Экзамен/зачет	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	Дан полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Но допущены незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	Дан недостаточно полный ответ. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ и допущены грубые ошибки. Речь неграмотная. Уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

"Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-70 баллов, автоматически получают «Зачет» или оценку «удовлетворительно». Для получения более высокого балла («хорошо» или «отлично») студент обязан явиться на экзамен и сдавать экзамен по шкале от 0-30 баллов в дополнение к накопленным за семестр баллам."

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
	0-49	не зачтено

Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации необходимо повторить пройденный материал в соответствии с учебной программой, примерным перечнем вопросов, выносящихся на экзамен/зачет. Рекомендуется использовать конспекты лекций и источники, перечисленные в списке литературы в рабочей программе дисциплины, а также ресурсы электронно-библиотечных систем. Следует обратить особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных по разным причинам. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Вопросы для подготовки к зачету (УК-1, УК-10, ПК-1, ПК-7)

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований.
2. Виды маркетинговых исследований: стандартные и специальные исследования.
3. Виды маркетинговых исследований: постоянные и разовые исследования, кабинетные и внекабинетные исследования.
4. Маркетинговая информационная система.
5. Проектирование маркетинговой информационной системы.
6. Организации маркетинговых исследований.
7. Общая характеристика последовательности этапов проведения маркетинговых исследований.
8. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований.
9. Определение проблем в маркетинговых исследованиях.
10. Типы маркетинговых проблем.
11. Этапы процесса выявления проблем управления маркетингом.
12. Формулирование целей маркетинговых исследований.
13. Характер целей маркетинговых исследований.
14. Содержание и методы проведения отдельных видов маркетинговых исследований.
15. Виды экономико-математических методов, используемых при проведении маркетинговых исследований.
16. Разведочные исследования: понятие и методы проведения.
17. Описательные исследования.
18. Казуальные исследования.
19. Сущность эксперимента.
20. Лабораторные и полевые эксперименты.
21. Тестирование рынка. Виды тестирования.
22. Недостатки методов тестирования.
23. Проектирование экспериментов.
24. Первичная информация и ее источники.
25. Вторичная информация и ее источники.
26. Специальные виды вторичной маркетинговой информации.
27. Общая характеристика методов сбора данных.
28. Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований.

29. Виды наблюдений.
30. Преимущества и недостатки наблюдения.
31. Условия успешного проведения наблюдений.
32. Этапы проведения наблюдения.
33. Метод фокус - группы.
34. Организация деятельности фокус – группы.
35. Достоинства и недостатки фокус – группы.
36. Методы опроса. Виды методов опроса.
37. Достоинства методов опроса.
38. Способы сбора информации при проведении опросов.
39. Панельный метод обследования и его преимущества.
40. Виды панелей.
41. Процесс формирования панели.
42. Методы получения данных от респондентов.
43. Понятие и функции анкеты (вопросника).
44. Последовательность процесса составления вопросника.
45. Содержание вопросника. Основные форматы задаваемых вопросов.
46. Требования к составлению вопросника.
47. Проблемы формирования выборки.
48. Методы формирования выборки.
49. Определение объема выборки.
50. Организация и проведение сбора данных.
51. Анализ собранных данных в маркетинговом исследовании.
52. Структура заключительного отчета о проведенном исследовании.
53. Вводная часть отчета о проведенном исследовании.
54. Основная и заключительная части отчета о проведенном исследовании

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 50 баллов)	«Минимальный уровень» (50-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<u>Компетенции не сформированы.</u> Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	<u>Компетенции сформированы.</u> Сформированы базовые структуры знаний.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые, аргументированные, всесторонние.

	Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.

		в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	
Оценка «неудовлетворительно» / не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510093>
2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511401>
3. Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515455>

б) дополнительная литература:

4. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531483>
5. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16648-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531436>
6. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>
7. Чернопятав, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятав. — 2-е изд., стер. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 439 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259>

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>.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Занятия по дисциплине проводятся в аудиториях, обеспеченных компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивными досками и мультимедийным оборудованием.

Лицензионное программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro for Workstations, (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
2. Office Standard 2016 (№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г);
3. Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат ВУЗ»;

Перечень ПО в свободном доступе:

1. Kaspersky Free;
2. WinRar;
3. Google Chrome;
4. Yandex Browser;
5. OperaBrowser.

11. Лист обновления/актуализации

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры от 11 апреля 2023 г., протокол № 7.

Программа одобрена на заседании совета факультета от 13 апреля 2023 г., протокол №