

*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
«Маркетинг»**

Направление/специальность - 38.03.01. Экономика

Профиль – Мировая экономика

Квалификация (степень) выпускника –

Форма обучения – очная

Год начала подготовки - 2026

Утверждена в составе ОПОП.

Составители: канд.экон.наук, доцент Лазаров Б.А.

Владикавказ

2026

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4зачётные единицы. (144 час.).

	Очная Форма обучения
Курс	3
Семестр	5
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	36
Самостоятельная работа	108
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-
Общее количество часов	144час.

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование знаний по маркетингу как концепции и системы управления организацией в рыночной среде, умений использования маркетинговых подходов, методов и решений в управлении организацией, а также выработка у студентов навыков анализа рыночной ситуации и хозяйственных процессов, обеспечивающих устойчивое функционирование и развитие экономических субъектов на основе гармонизации интересов потребителей и предприятий.

Основные задачи дисциплины:

- освоение понятийного аппарата, используемого в сфере маркетинга;
- освоение студентами теоретических основ и категорий маркетинга, знание основных подходов и концепций маркетинговой деятельности;
- освоение принципов и методов осуществления маркетинговых исследований и разработки маркетинговых программ развития.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам Блок 1. Дисциплины (модули). Обязательная часть. Б1.О.26.

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 сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; (ОПК-2).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

Компетенции		Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
Код	Формулировка	Знать:	Уметь	Владеть:
ПК-1	Способен для решения задач профессиональной деятельности технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Основные принципы системного анализа Особенности и закономерности формирования конъюнктуры рынков товаров и услуг Нормативные и правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования Анализировать текущую рыночную конъюнктуру Применять методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	Методы проведения маркетингового исследования
ПК-5	Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации на основе анализа рыночной ситуации и с учетом целей организации	Основы маркетинга: Основные концепции и принципы маркетинга. Маркетинговый комплекс (4P/7P). Сегментация, таргетирование и позиционирование. Маркетинговые исследования: виды, методы и инструменты. Анализ рынка и конкурентной среды: Методы анализа внешней среды (PESTLE-анализ, SWOT-анализ, анализ пяти сил Портера). Методы анализа потребителей (опросы, фокус-группы, анализ данных).	Проводить маркетинговые исследования: Определять цели и задачи маркетинговых исследований. Выбирать методы и инструменты маркетинговых исследований. Собирать и анализировать маркетинговые данные. Формулировать выводы и рекомендации на основе результатов маркетинговых исследований. Анализировать рыночную ситуацию и конкурентную среду: Проводить PESTLE-анализ. Проводить SWOT-анализ. Проводить анализ пяти сил Портера.	Методами анализа рыночной информации и разработки маркетинговых стратегий. Навыками проведения презентаций и ведения переговоров. Навыками командной работы и управления маркетинговыми проектами.

		Методы анализа конкурентов (бенчмаркинг, анализ конкурентных преимуществ). Разработка маркетинговой стратегии: Процесс разработки маркетинговой стратегии. Определение целей и задач маркетинга. Выбор целевых рынков и позиционирования. Разработка маркетингового плана. Бюджетирование маркетинговых мероприятий.	Анализировать потребителей и их потребности. Анализировать конкурентов и их стратегии. Разрабатывать маркетинговую стратегию: Определять цели и задачи маркетинга, исходя из целей организации. Выбирать целевые рынки и разрабатывать позиционирование продукта/услуги. Разрабатывать маркетинговый план, включающий комплекс маркетинга (4P/7P). Определять бюджет маркетинговых мероприятий.	
--	--	--	---	--

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 недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		л	пр	Содержание	Часы		
1	Вводная лекция. Предмет и задачи учебной дисциплины «Маркетинг».	1		Маркетинг как философия современного предпринимательства - круглый стол	6	Тестирование, расчетно-аналитические и расчетно-графические задания, проблемные ситуации “case-studies	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
2	Эволюция концепции маркетинга.	1	2	Подготовка и обсуждение докладов	6	Опрос, доклады, выступления, презентация Ситуационные кейсы	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
3	Маркетинг: цели, функции и виды.	1	2	Письменные и устные домашние задания, подготовка к практическим занятиям	6	Опрос, доклады, выступления, презентация Деловая игра	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
4	Международный маркетинг.	1		Письменные и устные домашние задания, подготовка к семинарам	6	Опрос, доклады, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы Тестирование,	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
5	Место маркетинга в процессе преобразования экономики России.	1	2	Особенности маркетинга на формирующемся российском рынке. Перспективы развития маркетинга в России - круглый стол	6	Опрос, доклады, выступления, презентация Деловая игра	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
6	Комплексное исследование товарного рынка.	1		Устный опрос	6	Опрос, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные

							базы данных
7-8	Планирование в системе управления маркетингом.	2	2	Вопросы на экзамен	8	Опрос, доклады, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы Тестирование,	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
9	Товар в маркетинговой деятельности. Формирование товарной политики.	1	2	Товар и товарная политики в маркетинговой деятельности предприятия.	8	Опрос, доклады, выступления, презентация Ситуационные кейсы Тестирование,	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
10	Сегментация и позиционирование рынка.	1		Устный опрос	8	Опрос, доклады, выступления, Ситуационные кейсы Тестирование,	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
11	Товародвижение, сбыт и сервис в маркетинговой деятельности.	1	2	Вопросы на экзамен	8	Опрос, доклады, выступления, презентация Ситуационные кейсы Тестирование, проблемные ситуации "case -studies"	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
12-13	Маркетинговая информационная система. Коммуникативная политика.	2	2	Рефераты	8	Доклады, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы Тестирование,	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
14-15	Ценообразование в системе маркетинга.	2	2	Письменные и устные домашние задания, подготовка к практическим занятиям	8	Опрос, Деловая игра Ситуационные кейсы Тестирование, проблемные ситуации "case -studies"	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных

16	Контроль в маркетинговой деятельности.	1		Устный опрос	6	Доклады, выступления, презентация Ситуационные кейсы	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
17	Организация деятельности маркетинговой службы.	1	2	Рефераты	6	Опрос, доклады, выступления, презентация Деловая игра Ситуационные кейсы Тестирование,	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
18	Интернет как инструмент маркетинга.	1		Вопросы на экзамен	6	Опрос, доклады, выступления, презентация вопросы в рубежном тесте Деловая игра Тестирование,	1-3 рекомендуемые интернет адреса, профессиональные базы данных
	Итого	18	18		108		

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

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия 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.

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.).

Творческое задание составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

Публичная презентация проекта - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

Интерактивная лекция представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

Разработка проекта позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

Проблемное обучение - поиск ответов на вопросы по теме.

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 относится: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, 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, 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, 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

Практическое занятие. Ценообразование в системе маркетинга.

(2 часа. Устное и письменное домашнее задание, подготовка к занятию - письменный конспект, доклады. кейсовые ситуационные задания)

ЗАНЯТИЕ

ПЛАН:

1. Цена в маркетинге. Роль ценовой политики в системе «маркетинг-микс» и методология определения уровня цен.
2. Основные виды и структура цен.
3. Исходные принципы разработки и основные виды ценовой политики.
4. Методы ценообразования и особенности их использования
5. Виды ценовой стратегии

Ситуации для анализа

1. Придумайте ситуацию, выбрав фирму, ее товар (или товары), а также характеристики товара (или товаров) и фирмы, обстановку на рынке. Подберите к своей ситуации оптимальный метод ценообразования и докажите правильность выбора.

2. Рассмотрите условия, способствующие использованию фирмой стратегии "снятия сливок" при выходе на рынок с новым товаром.

3. Рассмотрите условия использования фирмой стратегии "прочного внедрения на рынок". Приведите примеры.

4. Дайте определение "нижней" и "верхней" границ цены. Чем они определяются? Укажите факторы, предопределяющие средний (возможный) уровень цены на товар.

5. Используя следующие исходные данные, постройте график безубыточности для определения целевой прибыли фирмы "N":

- постоянные издержки - 6 млн. руб.;
- цена 1 ед. товара - 15 тыс. руб.;
- целевая прибыль - 2 млн. руб.;
- выручка от реализации продукции определяется объемом продаж;
- объем продаж возможен от 100 до 1000 шт.;
- валовые издержки составляют: при объеме продаж 200 шт. - 7 млн. руб., при объеме продаж 400 шт. - 8 млн. руб., при объеме продаж 600 шт. - 9 млн. руб., при объеме продаж 800 шт. - 10 млн. руб.

Проанализируйте построенный график. Определите, при каком объеме продаж фирма сможет обеспечить целевую прибыль? Рассмотрите варианты графика при ценах товара: 10 тыс. руб. и 30 тыс. руб.

Критерии оценивания представлены в таблице 8.1.

Примеры тестовых заданий по дисциплине: ПК-1, ПК-5

К основным принципам маркетинга относятся: (указать лишнее)

- А. глубокие и всесторонние научно-практические исследования рынка и экономической конъюнктуры, а также производственно-сбытовые возможности предприятия
- В. гибкое реагирование производства и сбыт на требования активного и потенциального спроса
- С. целью маркетинга является достижение максимальной прибыли

Маркетинговое управление предполагает: (указать лишнее)

- А. учет потребностей (особенно перспективных) потенциальных покупателей
- В. разработку идей новых товаров на основе имеющихся у предприятий изделий путем сокращения издержек производства
- С. производственный процесс максимально гибок и начинается с определения потребностей покупателей и емкости рынка

Под товаром в маркетинге следует понимать (указать лишнее):

- А. материальное изделие, предлагаемое рынку с целью его приобретения, использования или потребления
- В. товар – это набор свойств, которые обеспечивают человеку получение определенных выгод за его деньги
- С. любой продукт деятельности (в том числе услуги), предназначенный для реализации.

Товарная дифференциация предполагает:

- А. выделение предприятием своих товаров в качестве особых, отличных от товаров конкурентов
- В. максимальное расширение ассортимента выпускаемых товаров, аналогичных товарам конкурентов
- С. расширение сфер деятельности предприятия

Маркетинговая система, в рамках которой объединяются несколько независимых фирм одного уровня в целях объединения ресурсов и усилий для реализации рыночных возможностей, представляет собой:

- А. вертикальную маркетинговую систему;
- В. традиционную маркетинговую систему;
- С. горизонтальную маркетинговую систему.

Стратегия «снятия сливок», применяется, как правило, при следующих условиях (указать лишнее):

- А. имеется высокий и возрастающий текущий спрос
- В. спрос имеет высокую чувствительность по отношению к изменению цены
- С. высокая начальная цена не привлекает новых конкурентов в производстве товара

Необходимыми условиями рыночного ценообразования являются:

- А. экономическая самостоятельность и свобода поведения предприятий-субъектов хозяйствования
- В. наличие конкурентной среды и преодоление монополизма
- С. коммерческая основа отношений субъектов хозяйствования
- Д. верны все ответы

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

Методика формирования результирующей оценки¹

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

Рубежная аттестация - максимально 70 баллов; из них:

от 0 до 30 баллов (Р) - аттестационная (рубежная) контрольная работа;

от 0 до 40 баллов (Т) - текущая работа студента в течение рубежа.

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
<i>Текущая оценка студента за рубеж состоит из:</i>	40
• Выполнения заданий на практических занятиях	20
• Выполнения домашних заданий	10
• Оценки самостоятельной работы	10
Рубежное тестирование	30
Итого	70

Аттестация студентов осуществляется согласно следующему графику:

1-ый семестр: Рубежная аттестация – последняя (предпоследняя) неделя 1 семестра.

2-й семестр: Рубежная аттестация – последняя (предпоследняя) неделя 2 семестра².

.

¹ Положение 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 03.10.2024г, пр. № 241).

² Там же.

Методика формирования результирующей оценки

Таблица 8.1

Этап	Форма контроля	Критерии оценивания (процент от максимального кол-ва баллов)			
		86-100 %	71–85%	50–70%	Менее 50%
1. Текущий контроль (max 40 баллов за семестр)					
		29-30 баллов	21-28 баллов	16-20 баллов	0–15 баллов
	Текущая работа в течение модуля (max 30б.)	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.
		9-10 баллов	7-8 баллов	5-6 баллов	0-4 балла
	Доклад, презентация опорный конспект (max 10б.)	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. Удовлетворительное 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 (max 30б. за семестр)					
		29-30 баллов	21-28 баллов	16-20 балла	0–15 баллов
	Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продemonстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продemonстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продemonстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.
3. Итоговый контроль по дисциплине					
		29-30 баллов	21–28 балла	16–20 баллов	0–15 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 50-100 баллов, автоматически получают «Зачет» или соответствующую шкале экзаменационную оценку. Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле.

Вопросы для подготовки к зачету ПК-1, ПК-5

1. Понятие и сущность маркетинга. Основные причины его появления.
2. Управление маркетингом. Основные концепции управления маркетингом.
3. Комплекс маркетинга. Виды деятельности, его составляющие, и их характеристика.
4. Роль маркетинга в преобразовании экономики России.
5. Международный маркетинг и его среда.
6. Основные принципы функционирования международного рынка товаров и услуг.
7. Специфика международного маркетинга в России.
8. Упаковка как элемент стимулирования: виды, функции, требования.
9. Роль и место «паблик рилейшнз» в современном мире.
10. Особенности и условия рыночного ценообразования.
11. Ценовая стратегия и ее реализация.
12. Виды и особенности ценообразования на различных рынках.
13. Исходные принципы разработки ценовой политики. Установление цен в соответствии с издержками производства и др.
14. Понятие спроса и предложения. Рыночное равновесие. Ценовая эластичность спроса и предложения.
15. Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы макросреды и микросреды фирмы.
16. Сегментация рынка. Критерии и методы рыночной сегментации. Позиционирование товара.
17. Товар в маркетинговой деятельности.
18. Формирование системы товародвижения. Ее цель.
19. Основные системы сбыта товаров. Их зависимость от соотношения спроса и предложения на рынке.
20. Система товародвижения в международном маркетинге.
21. Выбор каналов и методов сбыта на международном рынке.

22. Виды стимулирования сбыта на международном рынке: ценовое и неценовое стимулирование.
23. Особенности формирования сервисной сети и ее функции.
24. Понятие жизненного цикла товара. Основные фазы жизненного цикла и их продолжительность. Методы продления жизненного цикла товара.
25. Понятие рынка. Классификация рынков.
26. Понятие экономической конъюнктуры и ее характерные особенности.
27. Маркетинговые коммуникации. Реклама и ее роль в коммуникационной политике.
28. Контроль маркетинговой деятельности.
29. Контроллинг в системе маркетинга.
30. Организация маркетинговой деятельности. Организационная структура маркетинговых служб.
31. Маркетинг как составная часть менеджмента.
32. Сущность и виды продвижения.
33. Сущность стратегического планирования. Процесс стратегического планирования.
34. Основные цели маркетинговой деятельности. Определение и постановка целей.
35. Оптовая и розничная торговля.
36. Прямой маркетинг.
37. Воздействие маркетинга на общество.
38. Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности.
39. Маркетинг услуг.
40. Структура службы международного маркетинга.
41. Сущность и особенности международной ценовой политики.
42. Принципы и новые подходы в формировании коммуникативной политики фирмы на внешнем рынке.

**Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
ПК-1, ПК-5**

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. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности	<u>Компетенции сформированы.</u> Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности,

		устойчивого практического навыка.	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 в раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	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.
Оценка	Оценка	Оценка	Оценка

	«неудовлетворительно» / не зачтено	«удовлетворительно» / «зачтено»	«хорошо» / «зачтено»	«отлично» / «зачтено»
№ п/п	Наименование	№ договора(лицензия)		Страна производитель

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/536534>

2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3640-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/533057>

б) дополнительная литература:

3. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/535694>

Периодические специализированные издания (журналы):

1. Маркетинг Менеджмент (<http://www.marketing-magazine.ru>)
2. Маркетинг PRO (<http://www.marketingpro.ru>)
3. Маркетинг в России и за рубежом (<http://www.dis.ru>)
4. Практический маркетинг (<http://www.bci-marketing.ru>)
5. Практика рыночных исследований (URL: <http://www.gorfis.info>)
6. Маркетинг и маркетинговые исследования в России (URL: <http://www.grebennikon.ru/journal-3.html>)
7. Бизнес-ключ (<http://www.bkworld.ru>)
8. Новый маркетинг (<http://www.new-marketing.ru>)
9. РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: теория и практика (<http://www.reklamodatel.ru>)

в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

Программные обеспечения на 2026-2027 г.

1.	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г	США
2.	Windows 10 Pro for Workstations	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г	США
3.	Windows 7 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г	США
4.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г	США
5.	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г	США
6.	Office Standard 2013	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г	США
7.	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г	США
8.	Корпоративная электронная почта (Яндекс.Почта)	№КИС-1965-2025 от 12.01.2026	Россия
9.	Программное обеспечение 1С: Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия	№ СД/108 от 29.08.2017 «МАКСИМУМ-СОФТ СОФТ» бессрочно	Россия
10.	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№ SBR003-2600010357500001от 06.02.2026 (действителен до 05.02.2027) с ОАО «АнтиПлагиат»	Россия
11.	ПО Лаборатории ММИС (Деканат, ПК, Ведомости, Тестирование, интернет расширение и др.)	№2435-24 от 04.03.2025 ООО ЛММИС	Россия
12.	MOODLE	Бесплатное	-
13.	ЭБС «Консультант студента»	http://www.studentlibrary.ru Требуется регистрация в библиотеке СОГУ	Россия
14.	РусГард	Бесплатное	Россия
15.	Система веб-конференций (bigbluebutton)	Бесплатное	-
16.	Средства криптографической защиты (КриптоПро CSP, Крипто АРМ)	№120680, от 21.01.2025 ООО «Цифровые технологии»	Россия
17.	Средства криптографической защиты (ViPNet)	№0000-000008 от 17.01.2025 ООО Экспресс-линк	Россия
18.	Средства криптографической защиты (Континент TLS)	№25/08/22 СЛ от 04.09.2025 ООО СКБ-Сервис	Россия
19.	Kaspersky Endpoint Security	№ СФ00-001239 от 13.02.2025 ООО Системный Софт	Россия

Профессиональные базы данных:

Менеджмент. Маркетинг. Реклама и связи с общественностью	Административно-управленческий портал	http://www.aup.ru
	Единое окно доступа к информационным ресурсам. Менеджмент и организация управления	http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.76.2
	Электронная библиотека по экономике и управлению	http://www.konsalter.ru/biblioteka/
	Корпоративный менеджмент. Библиотека управления	https://www.cfin.ru
	Образовательный портал для обучения начинающих специалистов практическим основам маркетинга, брендинга и рекламы	http://powerbranding.ru
	Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний	https://www.4p.ru/main/index.php
	Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка	https://www.r-trends.ru
	Некоммерческое партнёрство «Гильдия маркетологов»	https://www.marketologi.ru
	Объединение исследователей рынка и общественного мнения	https://oirom.ru
	Электронная библиотека учебников. Раздел: реклама	http://studentam.net/content/category/1/48/57/

Административно-управленческий портал	http://www.aup.ru/
Электронная библиотека по экономике и управлению	http://www.konsalter.ru/biblioteka/
Корпоративный менеджмент. Библиотека управления	https://www.cfin.ru/
Некоммерческое партнёрство «Гильдия маркетологов»	https://www.marketologi.ru/
Объединение исследователей рынка и общественного мнения	https://oirom.ru/
Энциклопедия маркетинга	https://www.marketing.spb.ru/

Интернет - источники маркетинговой информации:

www.marketcenter.ru
www.sostav.ru
www.crg.li
www.cfin.ru
www.4p.ru
www.NIKKOLOM.ru
www.rprg.ru
www.admarket.ru

www.marketologi.ru

www.vniki.ru

www.market-agency.ru

www.ecomar.org

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»
«СОГУ»

Реестр электронных библиотечных систем (ЭБС) и электронных образовательных ресурсов, доступ к которым обеспечен для обучающихся по образовательным программам, реализуемым в 2026-2027 учебном году.

Название базы данных (пакета), производитель, ЭБС	Платформа и (или) адрес в сети Интернет	Реквизиты и срок действия документа, подтверждающего законные основания на	Правообладатель	Количество ключей (пользователей)
«Университетская библиотека Online» Базовая коллекция	https://biblioclub.ru Требуется регистрация.	Договор № 571-12/2025 от 12.01.2026 г. С 01.01.2026 г. -31.12.2026 г.	ООО «НексМедиа»	Без ограничения количества пользователей
Информационно- аналитическая система SCIENCE INDEX: рефераты и полные тексты научных статей и публикаций, русские научные и научно-технические журналы	eLIBRARY.RU http://elibrary.ru/org Требуется регистрация.	Лицензионный договор № 310-5051/2025 от 31.03. 2025 г. С 14.04.2025 г.-20.04.2026 г.	ООО «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»	Доступ по IP адресам вуза без ограничений по количеству пользователей
eLIBRARY.RU - интегрированный научный информационный портал в русской зоне сети Интернет, включающий базы данных научных изданий и сервисы для информационного обеспечения науки и высшего образования.	eLIBRARY.RU http://elibrary.ru/org Требуется регистрация.	Ресурс открытого доступа	ООО «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»	Доступ осуществляется по IP адресам вуза без ограничений по количеству пользователей
«Юрайт» - Учебники по всем специальностям и направлениям подготовки. - ЦУМК по федеральному проекту «Кадры для цифровой экономики»	«Юрайт» https://urait.ru/info/courses? utm_source=m_campaign Требуется регистрация.	Договор № 6237 от 05.12.2023 г. С 31.12.2023 -31.12.2026 г.	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	Доступ по IP адресам вуза без ограничений по количеству пользователей

<u>Универсальная база данных East View</u> - полнотекстовый доступ к научным журналам	https://dlib.eastview.com Логин: Khetagurov. Пароль: Khetagurov.	№210-П от 12.01.2026 г. С 01.01.2026 г.-31.12.2026 г.	ООО «ИВИС»	Без ограничения количества пользователей
--	---	--	-------------------	---

«SocHum» - электронная библиотека социогуманитарного знания (коллекция учебно-методической литературы и научных журналов социогуманитарной коллекции научно- исследовательских институтов РАН	https://sochum.ru	Ресурс открытого доступа	Государственный академический университет гуманитарных наук (ГАУГН)	Доступ осуществляется по IP адресам вуза без ограничений по количеству пользователей.
<u>Polpred.com</u> - открытая электронная библиотечная система и интернет-сервисы «Деловые средства массовой информации». Доступ к статьям 600 газет, журналов информагентств с архивом за 20 лет: - обзор СМИ; - Россия и зарубежье; - Федеральные округа РФ. - внешняя экономика, право.	https://www.polpred.com/	Ресурс открытого доступа		Доступ осуществляется по IP адресам вуза без ограничений по количеству пользователей.
Национальная электронная Библиотека «НЭБ»	https://rusneb.ru/ Требуется регистрация.	Договор № 4513-п от 26.12.2023 г. (на 10 лет с последующей автоматической пролонгацией) Без ограничения срока	Российская государственная библиотека	Доступ осуществляется по IP адресам вуза без ограничений по количеству пользователей

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины Реестр ПО на 2026-2027

уч. г

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

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина. Учебный корпус № 3 Ауд. 409
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина. Учебный корпус № 3 Ауд. 409,404
Библиотека, в том числе читальный зал: столы , стулья, ПК обучающихся, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса; Консультант плюс	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16
Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина. Учебный корпус № 3 Ауд. 404, 409