

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Красноярский государственный педагогический университет**  
**им. В.П. Астафьева»**

(КГПУ им. В.П. Астафьева)

## ПРЕДМЕТНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ

### Маркетинг

#### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **G6 Философии, экономики и права**

Квалификация **Бакалавр**  
 44.03.01 Экономическое образование (очная форма обучения).plx  
 Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование  
 Направленность (профиль) образовательной программы  
 Экономическое образование

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 6
аудиторные занятия	48	
самостоятельная работа	60	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0,33	
часов на контроль	35,67	

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	<b>6 (3.2)</b>		Итого	
	12 3/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа (промежуточная аттестация) экзамены	0,33	0,33	0,33	0,33
В том числе в форме практ. подготовки	6	6	6	6
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,33	48,33	48,33	48,33
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	35,67	35,67	35,67	35,67
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

*к.ф.н., Доцент, Лисина Лариса Георгиевна*

Рабочая программа дисциплины

**Маркетинг**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование (приказ Минобрнауки России от 22.02.2018 г. № 121)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) образовательной программы

Экономическое образование

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Г6 Философии, экономики и права**

Протокол от 04.05.2022 г. № 6

Зав. кафедрой к.ф.н., доцент, Лисина Лариса Георгиевна

Председатель НМСС(С) Григорьев Дмитрий Владимирович

12 мая 2022 г. № 8

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью изучения дисциплины является - формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.ВДП.01

### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

- 2.1.1 Менеджмент
- 2.1.2 Экономическая политика государства
- 2.1.3 Экономика труда
- 2.1.4 Макроэкономика
- 2.1.5 Микроэкономика
- 2.1.6 Социально-экономическая статистика
- 2.1.7 Введение в профессию

### 2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

- 2.2.1 Институциональная экономика
- 2.2.2 Государственные финансы
- 2.2.3 Экономика и политика

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач**

**УК-1.1: Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение**

### Знать:

- Уровень 1 На продвинутом уровне знает особенности системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение
- Уровень 2 На базовом уровне знает особенности системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение
- Уровень 3 На пороговом уровне знает особенности системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение

### Уметь:

- Уровень 1 На продвинутом уровне умеет:
  - находить информацию и определять ее вид
  - анализировать и обобщать информацию, статистические данные
  - для конкретных практических задач находить и применять методы обработки статистических данных
- Уровень 2 На базовом уровне осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применяет системный подход для решения поставленных задач
- Уровень 3 На пороговом уровне осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, применяет системный подход для решения поставленных задач

### Владеть:

- Уровень 1 На продвинутом уровне владеет навыками критического анализа, системного мышления.
- Уровень 2 На базовом уровне владеет навыками критического анализа, системного мышления.
- Уровень 3 На пороговом уровне владеет навыками критического анализа, системного мышления.

**УК-1.2: Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности**

### Знать:

- Уровень 1 Знает принципы рефлексии и саморефлексии
- Уровень 2 Знает процедуру дебатов
- Уровень 3 Основы коммуникации

### Уметь:

- Уровень 1 коммуницировать и вести дискуссию
- Уровень 2 коммуницировать с учетом научной и профессиональной этики
- Уровень 3 коммуницировать с учетом трудовой этики

### Владеть:

- Уровень 1 тайм-менеджментом

Уровень 2	навыками организации собственной деятельности в коллективе
Уровень 3	навыками саморефлексии
<b>УК-1.3: Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	На продвинутом уровне знает различные формы учебных занятий и как применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные при формировании содержания дисциплины, содержание баз данных различных справочно-статистических систем.
Уровень 2	На базовом уровне знает различные формы учебных занятий и как применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные при формировании содержания дисциплины, содержание баз данных различных справочно-статистических систем.
Уровень 3	На пороговом уровне знает различные формы учебных занятий и как применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные при формировании содержания дисциплины, содержание баз данных различных справочно-статистических систем.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	На продвинутом уровне умеет осуществлять поиск статистической информации, разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения при формировании содержания дисциплины
Уровень 2	На базовом уровне умеет осуществлять поиск статистической информации, разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения при формировании содержания дисциплины
Уровень 3	На пороговом уровне умеет осуществлять поиск статистической информации, разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения при формировании содержания дисциплины
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	На продвинутом уровне владеет навыками критического анализа статистических показателей, необходимых для решения поставленных задач, анализирует статистические данные и выявляет существующие противоречия.
Уровень 2	На базовом уровне владеет навыками критического анализа статистических показателей, необходимых для решения поставленных задач, анализирует статистические данные и выявляет существующие противоречия.
Уровень 3	На пороговом уровне владеет навыками критического анализа статистических показателей, необходимых для решения поставленных задач, анализирует статистические данные и выявляет существующие противоречия.
<b>УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</b>	
<b>УК-2.1: Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	На продвинутом уровне знает теоретические основы маркетинга как дисциплины и науки в социально-историческом, этическом и философском контекстах, а так же совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
Уровень 2	На базовом уровне знает теоретические основы маркетинга как дисциплины и науки в социально-историческом, этическом и философском контекстах, а так же совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
Уровень 3	На пороговом уровне знает теоретические основы маркетинга как дисциплины и науки в социально-историческом, этическом и философском контекстах, а так же совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	На продвинутом уровне уметь определять совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
Уровень 2	На базовом уровне уметь определять совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
Уровень 3	На пороговом уровне уметь определять совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	На продвинутом уровне владеет навыками определять совокупность взаимосвязанных задач, определяет ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
Уровень 2	На базовом уровне владеет навыками определять совокупность взаимосвязанных задач, определяет ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
Уровень 3	На пороговом уровне владеет навыками определять совокупность взаимосвязанных задач, определяет ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм.
<b>УК-2.2: Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач</b>	

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Принципы целеполагания в исследовательской, проектной деятельности
Уровень 2	Знает принципы планирования проекта, исследования
Уровень 3	Основы прогнозирования
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	проводить экспертизу проекта, исследования
Уровень 2	оценивать риски и ограничения в профессиональной деятельности
Уровень 3	Находить решение проблем в профессиональной деятельности
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Навыками проектирования
Уровень 2	Основами проектирования в профессиональной сфере
Уровень 3	Основами учета рисков и ограничений в проектной деятельности
<b>УК-2.3: Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Знать основные инструменты цифрового моделирования, рекомендованные МО РФ
Уровень 2	Знать нормативные документы по использованию цифровых инструментов в образовательном процессе
Уровень 3	Знать основные ЦОР
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Творчески использовать ЦОР в своей деятельности
Уровень 2	Использовать ЦОР в своей профессиональной деятельности
Уровень 3	Использовать ЦОР, рекомендованных МО РФ
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Цифровыми технологиями в совершенстве
Уровень 2	Цифровыми технологиями на базовом уровне
Уровень 3	Цифровыми технологиями по алгоритму
<b>ПК-1: Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач</b>	
<b>ПК-1.1: Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета)</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	на продвинутом уровне знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (Маркетинг)
Уровень 2	на базовом уровне знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (Маркетинг)
Уровень 3	на пороговом уровне знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (Маркетинг)
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	на продвинутом уровне умеет разработать и применить на практике структуру, состав и дидактические единицы предметной области (Маркетинг).
Уровень 2	на базовом уровне умеет разработать и применить на практике структуру, состав и дидактические единицы предметной области (Маркетинг).
Уровень 3	на пороговом уровне умеет разработать и применить на практике структуру, состав и дидактические единицы предметной области (Маркетинг).
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	на продвинутом уровне владеет структурой, составом и дидактическими единицами предметной области (Маркетинг).
Уровень 2	на базовом уровне владеет структурой, составом и дидактическими единицами предметной области (Маркетинг).
Уровень 3	на пороговом уровне владеет структурой, составом и дидактическими единицами предметной области (Маркетинг).
<b>ПК-1.2: Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	на продвинутом уровне знает как отбирать содержание учебного предмета для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО.
Уровень 2	на базовом уровне знает как отбирать содержание учебного предмета для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО.
Уровень 3	на пороговом уровне знает как отбирать содержание учебного предмета для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	на продвинутом уровне умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО.





Уровень 2	на базовом уровне владеет и демонстрирует способы оказания консультативной помощи родителям (законным представителям) обучающихся по вопросам воспитания, в том числе родителям детей с особыми образовательными потребностями
Уровень 3	на пороговом уровне владеет и демонстрирует способы оказания консультативной помощи родителям (законным представителям) обучающихся по вопросам воспитания, в том числе родителям детей с особыми образовательными потребностями
<b>ПК-4: Способен разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские программы в соответствии с потребностями различных социальных групп</b>	
<b>ПК-4.1: Организует культурно-образовательное пространство, используя содержание учебных предметов (по профилю), и применяет различные технологии и методики культурно-просветительской деятельности</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Знает различные технологии и методики культурно-просветительской деятельности по содержанию учебных предметов (по профилю)
Уровень 2	Знает основные технологии и методики культурно-просветительской деятельности по содержанию учебных предметов (по профилю)
Уровень 3	Знает отдельные технологии и методики культурно-просветительской деятельности по содержанию учебных предметов (по профилю)
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Умеет использовать различные средства, методы, приемы и технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп с учетом содержания учебных предметов (по профилю)
Уровень 2	Умеет использовать основные средства, методы, приемы и технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп с учетом содержания учебных предметов (по профилю)
Уровень 3	Умеет использовать отдельные средства, методы, приемы и технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп с учетом содержания учебных предметов (по профилю)
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Владеет навыками популяризации знаний в области учебных предметов (по профилю) среди различных групп населения, используя различные технологии и методики культурно-просветительской деятельности
Уровень 2	В целом владеет навыками популяризации знаний в области учебных предметов (по профилю) среди различных групп населения, используя различные технологии и методики культурно-просветительской деятельности
Уровень 3	Фрагментарно владеет навыками популяризации знаний учебных предметов (по профилю) среди различных групп населения, используя различные технологии и методики культурно-просветительской деятельности
<b>ПК-4.2: Использует приемы организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Знает различные приемы организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
Уровень 2	Знает основные приемы организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
Уровень 3	Знает отдельные приемы организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Умеет использовать разные методы и формы организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
Уровень 2	Использует основные методы и формы организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
Уровень 3	Фрагментарно использует разные методы и формы организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Владеет навыками использования разных методов и форм организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
Уровень 2	В целом владеет навыками использования разных методов и форм организации культурно-просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
Уровень 3	Частично владеет навыками использования разных методов и форм организации культурно-



	просветительской деятельности с учетом запросов различных возрастных, гендерных, социокультурных, этнических групп, опираясь на содержательные ресурсы предметных областей (по профилю)
<b>ПК-4.3: Участвует в популяризации знаний (в области предмета по профилю) среди субъектов образовательного процесса</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Знает различные способы популяризации знаний в области предмета по профилю среди субъектов образовательного процесса
Уровень 2	Знает основные способы популяризации знаний в области предмета по профилю среди субъектов образовательного процесса.
Уровень 3	Знает отдельные способы популяризации знаний в области предмета по профилю среди субъектов образовательного процесса.
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Умеет использовать различные приемы, способы и технологии популяризации знаний в области предметных областей (по профилю) среди субъектов образовательного процесса.
Уровень 2	Умеет использовать основные приемы, способы и технологии популяризации знаний в области предметных областей (по профилю) среди субъектов образовательного процесса.
Уровень 3	Умеет использовать отдельные приемы, способы и технологии популяризации знаний в области предметных областей (по профилю) среди субъектов образовательного процесса.
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Владеет навыками популяризации знаний в области предметных областей (по профилю) среди субъектов образовательного процесса. среди субъектов образовательного процесса.
Уровень 2	В целом владеет навыками популяризации знаний в области предметных областей (по профилю) среди субъектов образовательного процесса
Уровень 3	Частично владеет навыками популяризации знаний в области предметных областей (по профилю) среди субъектов образовательного процесса

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте факт.	Пр. подгот.	Примечание
	<b>Раздел 1. Раздел 1.Теоретические основы маркетинга</b>							
1.1	Современная концепция маркетинга. /Лек/	6	4	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Посещение лекции
1.2	Рынок и маркетинг. Понятие и основные классификации. /Лек/	6	4	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Посещение лекции.
1.3	Товарная политика предприятия. Понятие товара. Товар в маркетинге. Трехуровневая структура товара. Функции товара. Атрибуты товара. Марка и марочная политика. Маркетинговая классификация товаров /Пр/	6	4	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Устный ответ
1.4	Маркетинговые исследования. Услуги маркетинга. Определение услуг. Характеристика рынка услуг. Маркетинговые характеристики услуг. Способы повышения осязаемости и качества услуг. Классификации услуг. /Пр/	6	4	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Устный ответ
1.5	Товародвижение и сбыт. Сущность товародвижения и основные элементы. Каналы распределения: уровни и типы. Торговые посредники, их классификация, критерии отбора и роль в доведении товаров до потребителя. /Пр/	6	4	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Устный ответ

1.6	Современные методы продвижения и сбыта товаров: франчайзинг, прямой маркетинг, телефонный маркетинг, телевизионный маркетинг /Ср/	6	20	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Решение задач/ тестов. Подготовка сообщения/реферата
1.7	ФОССТИС Комплекс маркетинговых коммуникаций. Принципы и методы рекламной деятельности, основные задачи рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности – Закон РФ «О рекламе». /Лек/	6	4	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Посещение лекции.
1.8	Товарная реклама, ее цели и виды. Основные средства рекламы, их преимущества и недостатки. Требования к товарной рекламе. /Пр/	6	6	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1			2	Устный ответ
1.9	Общественная реклама (PR). Определение, функции и цели. Виды деятельности по формированию общественного мнения. /Ср/	6	20	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Решение задач/ тестов. Подготовка сообщения/реферата
<b>Раздел 2. Раздел 2. Управление маркетингом в современных условиях</b>								
2.1	Стратегия маркетинга. Способы освоения товарных рынков. /Пр/	6	6	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1			2	Устный ответ
2.2	Преимущества и недостатки различных стратегий охвата рынка. Понятие сегментирования рынка. Цели сегментирования рынка. Признаки сегментирования. Основные критерии сегментирования и их характеристика /Лек/	6	4	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Посещение лекции.
2.3	Понятие позиционирования товара на рынке. Основания для позиционирования товара. Карты позиционирования. Стратегии позиционирования /Пр/	6	8	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1			2	Устный ответ
2.4	Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса на рынке. Маркетинговые стратегии конкурентов /Ср/	6	20	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				Решение задач/ тестов. Подготовка сообщения/реферата
2.5	Экзамен. /КРЭ/	6	0,33	УК-1.1 УК-1.3 УК-2.1 ПК-1.1				ответ по билетам на вопросы

**5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)  
для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации**

**5.1. Контрольные вопросы и задания**

Задания для проведения текущего контроля.

Тесты.

1. Основные принципы маркетинговой деятельности – это:

а) Ориентация на потребителя

б) Адаптивность и воздействие на потребителя

в) Инновация и концентрация усилий

г) Системность

д) Программно-целевой подход.

2. Маркетинговая концепция управления фирмой – это:

а) концепция определения наиболее оптимальных сфер расходов и инвестиций

б) позиционирование по отношению к конкуренту

в) концепция улучшения качественных показателей товарной продукции

г) концепция, ориентированная на выяснение и удовлетворение запросов потребителей определенного целевого рынка

3. Перечислите условия эффективного функционирования производственно-сбытовой маркетинговой системы:

а) рынок покупателя

б) рынок продавца

в) низкие издержки

г) увязка задач производства с конкретными потребностями покупателей

д) товары производятся и реализуются под конкретный сегмент рынка.

4. К общим функциям маркетинга следует отнести:

а) анализ

б) планирование

в) организацию

г) координирование

д) учет и контроль.

## 5.2. Темы письменных работ

Темы письменных работ.

1. Основные критерии сегментирования и их характеристика.

2. Стратегии охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.

3. Изучение потребителей, понятие потребительского поведения.

4. Факторы покупательского поведения в условиях рыночных отношений

5. Сегментирование рынка и позиционирование товара.

6. Товарная и ценовая политика в маркетинге

7. Система маркетинговых коммуникаций

8. Общественная реклама (PR). Определение, функции и цели.

9. Виды деятельности по формированию общественного мнения.

10. Внутрифирменная реклама. Ее задачи и средства.

## 5.3. Оценочные материалы (оценочные средства)

Примерные вопросы для промежуточной аттестации (экзамена):

1. Понятие маркетинга и история его возникновения;

2. Эволюция концепций маркетинга;

3. Цели, задачи и принципы маркетинга;

4. Функции маркетинга и его инструменты (комплекс маркетинга);

5. Виды маркетинга;

6. Роль маркетинговой деятельности на предприятии;

7. Структура отдела маркетинга и его функции;

8. Содержание и цели маркетингового анализа;

9. Исследование маркетинговой макросреды;

10. Анализ экономических факторов маркетинговой среды.

11. Анализ социальных факторов маркетинговой среды.

12. Анализ политико-правовых факторов маркетинговой среды.

13. Анализ экологических факторов маркетинговой среды.

14. Анализ технологических факторов маркетинговой среды.

15. Исследование маркетинговой микросреды;

16. Анализ поставщиков как субъекта маркетинговой среды.

17. Анализ предприятия как субъекта маркетинговой среды.

18. Анализ конкурентов как субъекта маркетинговой среды.

19. Анализ посредников как субъекта маркетинговой среды.

20. Анализ потребителей как субъекта маркетинговой среды.

21. Анализ контактных аудиторий как субъекта маркетинговой среды.

22. PEST-анализ

23. Понятие товара, три уровня его существования;

24. Классификация товаров;

25. Концепция жизненного цикла товара;

26. Процесс разработки продуктового портфеля предприятия;

27. Понятие качества продукта;

28. Сертификация, аккредитация, стандартизация

29. Анализ конкурентоспособности товара.

30. Понятие нового товара.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

1. Microsoft® Windows® 8.1 Professional (ОЕМ лицензия, контракт № 20А/2015 от 05.10.2015);
2. Kaspersky Endpoint Security – Лиц сертификат №1В08-190415-050007-883-951;
3. 7-Zip - (Свободная лицензия GPL);
4. Adobe Acrobat Reader – (Свободная лицензия);
5. Google Chrome – (Свободная лицензия);
6. Mozilla Firefox – (Свободная лицензия);
7. LibreOffice – (Свободная лицензия GPL);
8. XnView – (Свободная лицензия);
9. Java – (Свободная лицензия);
10. VLC – (Свободная лицензия);

#### 6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Elibrary.ru: электронная библиотечная система : база данных содержит сведения об отечественных книгах и периодических изданиях по науке, технологии, медицине и образованию. Адрес: <http://elibrary.ru> Режим доступа: Свободный доступ;

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». Адрес: <https://biblioclub.ru> Режим доступа: Индивидуальный неограниченный доступ;

Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ». Адрес: [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com) Режим доступа: Индивидуальный неограниченный доступ;

Образовательная платформа «Юрайт». Адрес: <https://urait.ru> Режим доступа: Индивидуальный неограниченный доступ;

ИС Антиплагиат: система обнаружения заимствований. Адрес: <https://krasspu.antiplagiat.ru> Режим доступа: Индивидуальный неограниченный доступ;

Консультант Плюс /Электронный ресурс/: справочно – правовая система. Адрес: Научная библиотека Режим доступа: Локальная сеть вуза;

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Перечень учебных аудиторий и помещений закрепляется ежегодным приказом «О закреплении аудиторий и помещений в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева на текущий год» с обновлением перечня программного обеспечения и оборудования в соответствии с требованиями ФГОС ВО, в том числе:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся
3. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
4. Перечень лабораторий.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа с теоретическим материалом.

Важное место в освоении материала по курсу «Маркетинг» отводится самостоятельной работе студентов во внеаудиторное время с материалом, изложенным в рекомендуемой литературе и интернет-источниках, т.к. без знания теоретического материала невозможно выполнение проектных заданий связанных с решением ситуационных задач.

Изучение каждого раздела начинается с лекционного занятия, целью которого является общая ориентировка в осваиваемом содержании. Лекционное занятие способствует выстраиванию системного видения рассматриваемой проблемы, ориентации в существующих проблемах, авторских позициях и текстах для самостоятельной проработки. В современных условиях имеется достаточное количество источников информации, позволяющих обучающимся самостоятельно работать с изучаемым теоретическим содержанием.

После лекционного курса планируется проведение семинарских занятий по теме. Работа на каждом из них требует предварительной подготовки бакалавров в соответствии с предложенными заданиями для самостоятельной работы. Самостоятельная работа является неотъемлемой и важнейшей частью работы бакалавров, которая основана на более подробной проработке и анализе материалов, основных вопросов дисциплины.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- 1) систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- 2) углубления и расширения теоретических знаний;
- 3) формирования умений использовать специальную литературу;
- 4) развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности;
- 5) формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- 6) развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В учебном процессе высшего учебного заведения выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Внеаудиторная самостоятельная работа является обязательной для каждого студента, а ее объем определяется учебным планом.

Внеаудиторная самостоятельная работа по дисциплине «Маркетинг» включает такие формы работы, как:

- изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции);
- изучение рекомендуемых литературных источников;
- конспектирование источников;
- подготовка материалов для анализа ситуаций;
- разработка вопросов к дискуссии;
- работа со словарями и справочниками;
- работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet;
- подготовка к Экзамену.

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения учебного материала,
- умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач,
- полнота общеучебных представлений, знаний и умений по изучаемой теме, к которой относится данная самостоятельная работа,
- обоснованность и четкость изложения ответа на поставленный по внеаудиторной самостоятельной работе вопрос,
- оформление отчетного материала в соответствии с известными или заданными преподавателем требованиями, предъявляемыми к подобного рода материалам.

Этапы самостоятельной работы:

1. осознание учебной задачи, которая решается с помощью данной самостоятельной работы;
2. ознакомление с инструкцией о её выполнении;
3. осуществление процесса выполнения работы;
4. самоанализ, самоконтроль;
5. проверка работ обучающихся, выделение и разбор типичных преимуществ и ошибок.

Качественное и глубокое усвоение содержания учебной дисциплины требует изучения материала не только по учебникам и учебным пособиям, но и использование дополнительной литературы:

- ведение подборки теоретических и научно-методических материалов, конспектов статей, опубликованных в журналах по проблемам экономики и менеджмента;

- систематическую работу по выполнению индивидуально-ориентированного плана изучения дисциплины, не оставляя его реализацию на самый последний момент перед собеседованием с преподавателем.

Поиск ответов на вопросы для самостоятельной работы в некоторых случаях предполагает не только изучение основной и дополнительной литературы, но и привлечение дополнительной литературы по смежным дисциплинам, а также использование ресурсов сети Интернет, информационно-справочных изданий. Задания для самостоятельной работы готовятся вне аудиторной работы, являются ресурсом для работы на практических занятиях, а также при выполнении заданий.

Контроль результатов самостоятельной работы обучающихся может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Самостоятельная работа тесно связана с контролем (контроль также рассматривается как завершающий этап выполнения самостоятельной работы), при выборе вида и формы самостоятельной работы следует учитывать форму контроля.

Формы контроля при изучении дисциплины «Маркетинг»:

- тестирование,

Форма промежуточного контроля – Экзамен.

Организация и руководство аудиторной самостоятельной работы.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются:

- выполнение практических работ по методическим рекомендациям; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными;

Работа с литературой, другими источниками информации, в т.ч. электронными может реализовываться на практических занятиях. Данные источники информации могут быть представлены на бумажном и/или электронном носителях, в том числе, в сети Internet. Преподаватель формулирует цель работы с данным источником информации, определяет время на проработку документа и форму отчетности.

Решение ситуационных задач используется на практических занятиях. Ситуационная задача должна иметь четкую формулировку, к ней должны быть поставлены вопросы, ответы на которые необходимо найти и обосновать. Критерии оценки правильности решения ситуационной задачи должны быть известны всем обучающимся и обсуждаются перед

началом ее проведения.

Организация и руководство внеаудиторной самостоятельной работы.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

При предъявлении видов заданий на внеаудиторную самостоятельную работу рекомендуется использовать дифференцированный подход к уровню подготовленности обучающегося. Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультацию с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, ориентировочного объема работы, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня литературы. В процессе консультации преподаватель предупреждает о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня подготовленности обучающихся.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернет-ресурсов и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц, ребусов, кроссвордов, глоссария для систематизации учебного материала; изучение словарей, справочников; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент- анализ и др.); подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка рефератов, докладов; составление библиографии, заданий в тестовой форме и др.;

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу; решение вариативных задач и упражнений; составление схем; решение ситуационных (профессиональных) задач; подготовка к ролевым играм; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности и др.

Для обеспечения внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине преподавателем разрабатывается перечень заданий для самостоятельной работы, который необходим для эффективного управления данным видом учебной деятельности обучающихся.

Преподаватель осуществляет управление самостоятельной работой, регулирует ее объем на одно учебное занятие и осуществляет контроль выполнения всеми обучающимися группы. Для удобства преподаватель может вести ведомость учета выполнения самостоятельной работы, что позволяет отслеживать выполнение минимума заданий, необходимых для допуска к итоговой аттестации по дисциплине.

В процессе самостоятельной работы обучающийся приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Обучающийся самостоятельно определяет режим своей внеаудиторной работы и меру труда, затрачиваемого на овладение знаниями и умениями по каждой дисциплине, выполняет внеаудиторную работу по индивидуальному плану, в зависимости от собственной подготовки, бюджета времени и других условий.

Ежедневно обучающийся должен уделять выполнению внеаудиторной самостоятельной работы в среднем не менее 2 часов.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающийся имеет право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, формы контроля выполненного задания.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся может проводиться в письменной, устной или смешанной форме с представлением продукта деятельности обучающегося.

Методические рекомендации по подготовке к устному опросу и тестированию.

Подготовка к опросу и тестированию обучающихся включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала обучающийся должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу и тестированию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей самоорганизации обучающегося. Опрос предполагает устный ответ на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При оценке ответа преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой. Тестирование предполагает ответы на закрытые вопросы. Вопросы для тестирования представлены в ФОСе.

Методические рекомендации по подготовке к Экзамену.

Форма Экзамена: ответ на вопрос.

Непосредственная подготовка к Экзамену осуществляется по вопросам, представленным в рабочей программе дисциплины.

Необходимо тщательно изучить формулировку каждого вопроса, вникнуть в его суть, составить план ответа.

Обычно план включает в себя:

- показ теоретической и практической значимости рассматриваемого вопроса;
- определение сущности рассматриваемого предмета;
- основные элементы содержания и структуры предмета рассмотрения;
- факторы, логика и перспективы эволюции предмета;
- показ роли и значения рассматриваемого материала для практической деятельности педагога.

Необходимо отметить для себя пробелы в знаниях, которые следует ликвидировать в ходе подготовки, для чего следует обратиться во время занятий к преподавателю.