



**Федеральное агентство морского и речного транспорта**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Государственный университет морского и речного флота  
имени адмирала С.О. Макарова»**  
**Котласский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»**

---

Кафедра естественнонаучных и технических дисциплин

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор

  
\_\_\_\_\_  
О.В. Шергина

«16» июня 2023 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины Маркетинг

Направление подготовки 23.03.01 Технология транспортных процессов

Направленность (профиль) Организация перевозок и управление на водном транспорте

Уровень высшего образования \_\_\_\_\_ бакалавриат \_\_\_\_\_

Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

Котлас  
2023

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП индикаторами достижения компетенций**

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-1 Способен ставить и решать научно-технические задачи в сфере своей профессиональной деятельности и новых междисциплинарных направлений с использованием естественно-научных и математических моделей с учетом последних достижений науки и техники;</p>	<p>ОПК-1.1. Использование навыков построения и реализации основных математических алгоритмов, анализа математических проблем, понятийного и формального математического аппарата</p>	<p><b>Знать</b> методы и стратегии реализации математических алгоритма решения задач, анализа математических проблем;  <b>Уметь</b> вырабатывать алгоритм постановки и решения на основе полученной информации;  <b>Владеть</b> навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления</p>
	<p>ОПК-1.2. Постановка задач по отраслевой профессиональной тематике, выбор для исследования необходимых методов; применение выбранных методов к решению научных, научно-практических прикладных задач, оценка значимости получаемых результатов</p>	<p><b>Знать</b> методы постановки и реализации решения задач по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем;  <b>Уметь</b> вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации;  <b>Владеть</b> навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.</p>
	<p>ОПК-1.3. Знание основных задач и областей применения методов математического моделирования, отраслевых особенностей объектов моделирования и методик исследования моделей, основных принципов математического моделирования</p>	<p><b>Знать</b> методы и способы применения математических алгоритмов по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем;  <b>Уметь</b> вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации и</p>

		<p>математического моделирования;  <b>Владеть</b> навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.</p>
<p>ОПК-5Способен пользоваться методами стратегического и тактического планирования и бюджетирования с учетом особенностей деятельности на транспорте, применять действующие нормативы материальных, трудовых и финансовых ресурсов при решении плановых задач</p>	<p>ОПК-5.1Использование навыков анализа, обобщения и структуризации экономической и технологической информации, постановки цели и формулировки задач по её достижению</p>	<p><b>Знать</b> методы анализа и структуризации экономической и технологической информации, алгоритм выдвижения целей и постановки задач;  <b>Уметь</b> применять методы анализа и обобщения информации, выработать алгоритм выдвижения целей и формулировки задач;  <b>Владеть</b> навыками использования алгоритмов обобщения и структуризации информации, постановки цели и задач по ее достижению.</p>
	<p>ОПК-5.3Подготовка экономического обоснования управленческих решений, опирающихся на основные методы анализа финансово-хозяйственной деятельности транспортной организации</p>	<p><b>Знать</b> основные методы анализа и принятия управленческих решений, экономического анализа и обоснования решений при планировании деятельности компаний;  <b>Уметь</b> применять методы финансового анализа и алгоритмы экономического обоснования управленческих решений;  <b>Владеть</b> навыками использования финансовых методов и алгоритмов принятия управленческих решений.</p>

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина “Маркетинг” относится к основной части Блока 1 и изучается на 3 курсе по заочной форме в IV семестре, код дисциплины Б1.О.08.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающихся, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

– знать общие принципы работы транспорта, его экономику, технологию и организацию перевозок, технологию и организацию перегрузочных процессов, коммерческую работу на водном и смежном транспорте, транспортно-экспедиторское обслуживание, основы управления мультимодальными перевозками, коммерческий документооборот;

– владеть навыками предварительного составления вариантов управленческих решений, формирования критериев оценки, процедур выбора рационального варианта, использованием для этих целей профессионального программного обеспечения.

Для изучения дисциплины студент должен прослушать курсы предметов: «Экономика транспорта», «Экономическая теория», «Экономическая география транспорта», «Философия», «Математика», «Транспортная эконометрика». Дисциплина «Маркетинг» является крайне важной для формирования профессионального мировоззрения обучаемого, а также необходима для дальнейшего изучения таких предметов, как «Оценка эффективности инвестиций», «Управление работой флота», «Управление работой порта», а также для прохождения практик различного вида.

### **3. Объем дисциплины в зачетных единицах и виды учебных занятий**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 час.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий.

Таблица 2

## Объем дисциплины по составу

Вид учебной работы	Формы обучения					
	Очная			Заочная		
	Всего часов	из них в семестре №		Всего часов	курс	
					IV	
Общая трудоемкость дисциплины				108	108	
Контактная работа обучающихся с преподавателем, всего				16	16	
в том числе:						
Лекции				8	8	
Практическая подготовка, всего				8	8	
в том числе:						
Лабораторные работы						
Практические занятия				8	8	
Тренажерная подготовка						
Самостоятельная работа, всего				83	83	
В том числе:						
Курсовая работа/проект						
Расчетно-графическая работа (задание)						
Контрольная работа						
Коллоквиум						
Реферат						
Другие виды самостоятельной работы				83	83	
Промежуточная аттестация: <i>экзамен/зачет</i>				9	9	

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1. Лекции. Содержание разделов (тем) дисциплины**

Таблица 3

Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины	Трудоемкость в часах по формам обучения	
			очная	Заочная
1	Введение в основы маркетинга. Основные определения.	Предмет, цели и задачи, содержание и структура курса; связь курса с другими дисциплинами. Социально-экономическая сущность маркетинга и его эволюция		1
2	Потребительский спрос. Концепции маркетинга	Виды маркетинга при управлении спросом. Закон спроса. Эластичность спроса. Характеристики покупателей Концепции маркетинга.		1
3	Цель и функции маркетинга.	Цели маркетинга, его роль в бизнесе. Функции маркетинга и принципы его организации. Процесс управления маркетингом.		1
4	Маркетинговые исследования. Структура исследования. Методы сбора и обработки данных	Понятие маркетингового исследования. Маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации. Маркетинговый анализ и прогнозирование. Анализ качества продукта. Методы оценки риска. Моделирование потребительского поведения на рынке Анализ поведения конкурентов на рынке.		1
5	Маркетинговая среда. Ситуационный анализ внутренней и внешней деятельности.	Микросреда и макросреда маркетинга. Корпоративная культура маркетинга. Демографические, экономические факторы. Культурно-образовательная, научно-техническая, природно-географическая, климатическая, политическая и информационные среды.		

6	Планирование и организация маркетинга. Стратегический и оперативный маркетинг. Планирование	Построение дерева целей, виды целей. Стратегии развития на рынке. Выбор стратегии. Стратегическое моделирование. Основные принципы маркетингового планирования.		1
7	Сегментация рынка и позиционирование товара.	Определение сегмента рынка, Рыночная ниша. Закон Парето. Условия эффективной сегментации. Признаки сегментации.		
8	Товар и товарная политика.	Виды и классификация товаров. Ассортимент. Свойства и классификация товаров. Потребность и потребление. Процесс разработки нового товара. Жизненный цикл товара.		
9	Каналы распределения (распространения) продукта. Опт и розница. Посредники.	Товародвижение и его каналы. Типы сбыта. Каналы товародвижения, их характеристика. Дистрибуция и ее формы. Опт и розница. Методы конкурентной борьбы в товародвижении. Роль транспортно-логистических компаний в товародвижении.		
10	Цены и ценообразование. Ценовая политика фирмы.	Цена и факторы ее образования. Производственные факторы, факторы спроса, факторы конкурентности рынка, факторы характеристики товара. Ценовые стратегии. Методы ценообразования.		1
11	Коммуникативная политика фирмы. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	Продвижение товаров. Целевая аудитория. Коммуникативные каналы. Рекламная деятельность в маркетинге. Функции рекламы. Формы рекламы. Оценка эффективности рекламы.		
12	Поведение потребителей	Факторы, определяющие поведение потребителей. Иерархия потребностей. Мотивации и ограничения.		1
13	Особенности маркетинга на рынке товаров и услуг промышленного назначения	Особенности сбыта на рынках b-2-b и b-2-c. Закупочный центр и его роль на рынке b-2-		1

	(B2B)	б. Выбор поставщика: ключевые факторы. Концепция уникального торгового предложения. Роль репутации поставщика в принятии решений о закупках на рынке b-2-b		
14	Торговая марка, брэнд, брэнддинг.	Составляющие торговой марки, регистрация торговой марки. Добавленная стоимость торговой марки. Экономический эффект. Создание брендов. Промышленные бренды России. Механизм создания бренда.		
15	Основные тенденции в маркетинге.	Темпы развития науки, техники, информационной среды. Новые идеи в маркетинге. Основные вызовы маркетинга.		

## 4.2. Практическая подготовка

### 4.2.1. Лабораторные работы

Не предусмотрены учебным планом

### 4.2.2. Практические/семинарские занятия

Таблица 5

#### Практические/семинарские занятия

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Наименование и содержание семинарских/ практических занятий	Трудоемкость в часах По формам обучения	
			очная	Заочная
1	Анализ безубыточности	Расчет точки безубыточности. График безубыточности. Использование анализа безубыточности для сопоставления альтернативных стратегий бизнеса. Анализ чувствительности, дополняющий анализ безубыточности.		1
2	Принятие краткосрочных решений	Косвенные, альтернативные и дифференцированные затраты, затраты прошлого периода. Расчет вариантов решений.		2
3	Принятие долгосрочных инвестиционных решений	Расчет вариантов возможных долгосрочных инвестиционных решений. Выбор варианта расчета.		1
4	Принятие решений	Расчет вариантов возможных		2



	в условиях риска.	долгосрочных решений. Оценка уровня риска в каждом варианте. Принятие решений.		
5	Исследование рынка.	Исследование параметров ранка. Ситуационный анализ. Оценка конкурентов.		1
6	Сбытовая политика в маркетинге	Управление товарным ассортиментом. Оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции.		1

#### **4.2.3. Тренажерная подготовка**

Не предусмотрена учебным планом.

### **5. Самостоятельная работа**

Таблица 6

Самостоятельная работа

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Наименование работы и содержание
1	Подготовка к практическим занятиям	Подготовка докладов по теме практического занятия.

#### **6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Приведен в обязательном приложении к рабочей программе.

#### **7. Перечень основной, дополнительной учебной литературы и учебно-методической литературы для самостоятельной работы обучающихся, необходимой для освоения дисциплины**

##### **а) основная литература**

1. Галин, А. В. Маркетинг на транспорте : учеб. пособие / А. В. Галин. — СПб. : Изд-во ГУМРФ им. адм. С. О. Макарова, 2020. — 180 с. <https://edu.gumrf.ru/elektronnaya-biblioteka-metodicheskikh-aterialov/elektronnaya-biblioteka/Г/Галин%20А.В.,%20Маркетинг%20на%20транспорте.pdf>

2. Маркетинг: учебник / Под ред. Ващекина Н.П. М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003 -312 с.

##### **б) дополнительная литература**

1. Васильев. Г.А., Гайдаенко Т.А. Маркетинг: Учеб. пособие. М.: ЮНИТИ, 2002. – 238 с.

2. Годин А.М. Маркетинг: учебник. М.: ИТК «Дашков и Ко», 2006. – 756 с.

3. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие. – М.: Ифра-М, 2005. – 496 с.

4. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 656 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>

5. Киселица, Е.П. Маркетинг : учебное пособие : [16+] / Е.П. Киселица ; Тюменский государственный университет. – 2-е изд., перераб. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2011. – 243 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572783>

## 8. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем (при наличии)

Таблица 7

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование профессиональной базы данных/информационной справочной системы	Ссылка на информационный ресурс
1.	Информационно-правовая система «Гарант»	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a>
2.	Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
3.	Министерство образования и науки РФ	<a href="http://mon.gov.ru/">http://mon.gov.ru/</a>
4.	Министерство транспорта Российской Федерации	<a href="http://www.mintrans.ru/">http://www.mintrans.ru/</a>
5.	Федеральная служба государственной статистики	<a href="http://www.gks.ru/">http://www.gks.ru/</a>

## 9. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Таблица 8

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№ п/п	Наименование программного продукта	Тип продукта (полная лицензионная версия, учебная версия, распространяется свободно)
1	Система дистанционного обучения "Фарватер" на базе платформы Moodle	GNU GPL

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

Таблица 9

Описание материально-технической базы

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	<p>Архангельская обл., г.Котлас, ул.Заполярная, д.19, кабинет №155 «Экономика и менеджмент. Экономические дисциплины. Общепрофессиональные дисциплины. Правовое обеспечение профессиональной деятельности. Общеобразовательные дисциплины»</p>	<p>Доступ в Интернет. Комплект учебной мебели (столы, стулья, доска); Переносной проектор Viewsonic PJD5232, переносной ноутбук Dell Latitude 110L; переносной экран, учебно-наглядные пособия</p>	<p>Windows XP Professional (MSDN AA Developer Electronic Fulfillment (Договор №09/2011 от 13.12.2011)); MS Office 2007: Word, Excel, PowerPoint (Лицензия (гос. Контракт № 48-158/2007 от 11.10.2007)); Yandex Браузер (распространяется свободно, лицензия BSD License, правообладатель ООО «ЯНДЕКС»); Adobe Acrobat Reader (распространяется свободно, лицензия ADOBE PCSLA, правообладатель Adobe Systems Inc.).</p>
2	<p>Архангельская обл., г.Котлас, ул.Заполярная, д.19, кабинет № 215 «Общегуманитарные и социально-экономические дисциплины. Социально-экономические дисциплины. Общеобразовательные дисциплины»</p>	<p>Доступ в Интернет. Комплект учебной мебели (столы, стулья, доска). Стенды, компьютер в сборе (системный блок (Intel Celeron 1,8 GHz, 1 Gb), монитор Samsung 793DF ЭЛТ, клавиатура, мышь) – 1 шт., локальная компьютерная сеть, телевизор Rolsen 29» ЭЛТ – 1 шт., видеомэгафон Samsung – 1 шт., учебно-наглядные пособия</p>	<p>Microsoft Windows XP Professional (контракт №323/08 от 22.12.2008 г. ИП Кабаков Е.Л.); Kaspersky Endpoint Security (контракт №311/2015 от 14.12.2015); Libre Office (текстовый редактор Writer, редактор таблиц Calc, редактор презентаций Impress и прочее) (распространяется свободно, лицензия GNU LGPL v3+, The Document Foundation); PDF-XChange Viewer (распространяется бесплатно, Freeware, лицензия EULA V1-7.x., Tracker Software Products Ltd); AIMP (распространяется бесплатно, Freeware для домашнего и коммерческого использования, Artem Izmaylov); XnView (распространяется бесплатно, Freeware для частного некоммерческого или образовательного использования, XnSoft); Media Player Classic - Home Cinema (распространяется свободно, лицензия GNU GPL, MPC-HC Team); Mozilla Firefox (распространяется свободно, лицензия Mozilla Public License и GNU GPL, Mozilla Corporation); 7-zip (распространяется свободно,</p>

			лицензия GNU LGPL, правообладатель Igor Pavlov)); Adobe Flash Player (распространяется свободно, лицензия ADOBE PCSLA, правообладатель Adobe Systems Inc.).
--	--	--	---

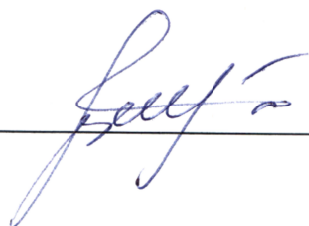
Составитель: К.э.н. Попова В.В.

Зав. кафедрой: к.т.н. О.В.Шергина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры  
естественнонаучных и технических дисциплин  
и утверждена на 2023/2024 учебный год

Протокол № 9 от 16 июня 2023 г.

Зав. кафедрой:



/ Шергина О.В./



**Федеральное агентство морского и речного транспорта**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Государственный университет морского и речного флота  
имени адмирала С.О. Макарова»**  
**Котласский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»**

---

Кафедра естественнонаучных и технических дисциплин

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине **Маркетинг**  
(приложение к рабочей программе дисциплины)

Направление подготовки 23.03.01 Технология транспортных процессов  
(специальность) (код, наименование)

Направленность (профиль) Организация перевозок и управление на водном транспорте  
(специализация) (наименование)

Уровень высшего образования бакалавриат  
(бакалавриат, специалитет, магистратура)

Форма обучения заочная  
(очная, очно-заочная, заочная)

Котлас  
2023

# 1. Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины

Рабочей программой дисциплины Маркетинг предусмотрено формирование следующих компетенций.

Таблица 1

## Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1 Способен ставить и решать научно-технические задачи в сфере своей профессиональной деятельности и новых междисциплинарных направлений с использованием естественно-научных и математических моделей с учетом последних достижений науки и техники;	ОПК-1.1. Использование навыков построения и реализации основных математических алгоритмов, анализа математических проблем, понятийного и формального математического аппарата	<b>Знать</b> методы и стратегии реализации математических алгоритма решения задач, анализа математических проблем; <b>Уметь</b> выработать алгоритм постановки и решения на основе полученной информации; <b>Владеть</b> навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления
	ОПК-1.2. Постановка задач по отраслевой профессиональной тематике, выбор для исследования необходимых методов; применение выбранных методов к решению научных, научно-практических прикладных задач, оценка значимости получаемых результатов	<b>Знать</b> методы постановки и реализации решения задач по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем; <b>Уметь</b> выработать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации; <b>Владеть</b> навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.
	ОПК-1.3. Знание основных задач и областей применения методов математического моделирования, отраслевых особенностей объектов моделирования и методик исследования моделей, основных принципов	<b>Знать</b> методы и способы применения математических алгоритмов по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем; <b>Уметь</b> выработать алгоритм постановки и

	математического моделирования	решения задач на основе полученной информации и математического моделирования; <b>Владеть</b> навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.
ОПК-5 Способен пользоваться методами стратегического и тактического планирования и бюджетирования с учетом особенностей деятельности на транспорте, применять действующие нормативы материальных, трудовых и финансовых ресурсов при решении плановых задач	ОПК-5.1 Использование навыков анализа, обобщения и структуризации экономической и технологической информации, постановки цели и формулировки задач по её достижению	<b>Знать</b> методы анализа и структуризации экономической и технологической информации, алгоритм выдвижения целей и постановки задач; <b>Уметь</b> применять методы анализа и обобщения информации, выработать алгоритм выдвижения целей и формулировки задач; <b>Владеть</b> навыками использования алгоритмов обобщения и структуризации информации, постановки цели и задач по ее достижению.
	ОПК-5.3 Подготовка экономического обоснования управленческих решений, опирающихся на основные методы анализа финансово-хозяйственной деятельности транспортной организации	<b>Знать</b> основные методы анализа и принятия управленческих решений, экономического анализа и обоснования решений при планировании деятельности компаний; <b>Уметь</b> применять методы финансового анализа и алгоритмы экономического обоснования управленческих решений; <b>Владеть</b> навыками использования финансовых методов и алгоритмов принятия управленческих решений.

## 2. Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся

Таблица 2

Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства
1	Введение в основы маркетинга. Основные определения.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
2	Потребительский спрос. Концепции маркетинга	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
3	Цель и функции маркетинга.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
4	Маркетинговые исследования. Структура исследования. Методы сбора и обработки данных	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
5	Маркетинговая среда. Ситуационный анализ внутренней и внешней деятельности.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
6	Планирование и организация маркетинга. Стратегический и оперативный маркетинг. Планирование	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
7	Сегментация рынка и позиционирование товара.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
8	Товар и товарная политика.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
9	Каналы распределения (распространения) продукта. Опт и розница. Посредники.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
10	Цены и ценообразование. Ценовая политика фирмы.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен



11	Коммуникативная политика фирмы. Комплекс маркетинговых коммуникаций.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
12	Поведение потребителей	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
13	Особенности маркетинга на рынке товаров и услуг промышленного назначения (B2B)	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
14	Торговая марка, брэнд, брэндинг.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен
15	Основные тенденции в маркетинге.	ОПК-1.1,ОПК-1.2, ОПК-1.3,ОПК-5.1, ОПК-5.3	тестирование, индивидуальный опрос, экзамен

Таблица 3

**Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания по дисциплине**

Результат обучения по дисциплине	Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания по дисциплине				Процедура оценивания
	2	3	4	5	
	Не зачтено	Зачтено			
ОПК-1.1. Знать методы и стратегии реализации математических алгоритма решения задач, анализа математических проблем;	Отсутствие или фрагментарное владение методами и стратегиями реализации математических алгоритма решения задач, анализа математических проблем	Удовлетворительные, но не систематизированное владение методами и стратегиями реализации математических алгоритма решения задач, анализа математических проблем	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы владения методами и стратегиями реализации математических алгоритма решения задач, анализа математических проблем	Сформированные владения методами и стратегиями реализации математических алгоритма решения задач, анализа математических проблем	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-1.1. Уметь вырабатывать алгоритм постановки и решения на основе полученной информации	Отсутствие или фрагментарное умение вырабатывать алгоритмами постановки и решения на основе полученной информации	Удовлетворительные, но не систематизированное умение вырабатывать алгоритмами постановки и решения на основе полученной информации	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы в умении вырабатывать алгоритмами постановки и решения на основе полученной информации	Сформированные умения вырабатывать алгоритмами постановки и решения на основе полученной информации	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-1.1. Владеть навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления	Отсутствие или фрагментарное владение навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления	Удовлетворительные, но не систематизированное владение навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы владения навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления	Сформированные владения навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-1.2. Знать методы постановки и реализации решения задач по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических	Отсутствие или фрагментарное знания методов постановки и реализации решения задач по отраслевой профессиональной	Удовлетворительные, но не систематизированное знание методов постановки и реализации решения задач по отраслевой	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы знания методов постановки и реализации решения задач	Сформированные знания методов постановки и реализации решения задач по отраслевой профессиональной тематике,	Тест, индивидуальный опрос, экзамен

проблем	тематике, анализа математических проблем	профессиональной тематике, анализа математических проблем	по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем	анализа математических проблем	
ОПК-1.2. Уметь вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации;	Отсутствие или фрагментарное умение вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации;	Удовлетворительные, но не систематизированное умение вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы умения вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации	Сформированные умения вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-1.2. Владеть навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.	Отсутствие или фрагментарное владение навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.	Удовлетворительные, но не систематизированное владение навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы владения навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.	Сформированные владения навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач.	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-1.3. Знать методы и способы применения математических алгоритмов по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем;	Отсутствие или фрагментарное знание методов и способов применения математических алгоритмов по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем	Удовлетворительные, но не систематизированное знание методов и способов применения математических алгоритмов по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы знания методов и способов применения математических алгоритмов по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем	Сформированные знания методов и способов применения математических алгоритмов по отраслевой профессиональной тематике, анализа математических проблем	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-1.3. Уметь вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации и математического моделирования	Отсутствие или фрагментарное умение вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации и математического моделирования	Удовлетворительные, но не систематизированное умение вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации и математического моделирования	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы умения вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации и математического моделирования	Сформированные умения вырабатывать алгоритм постановки и решения задач на основе полученной информации и математического моделирования	Тест, индивидуальный опрос, экзамен

			моделирования		
ОПК-1.3. Владеть навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач	Отсутствие или фрагментарное владение навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач	Удовлетворительные, но не систематизированное владение навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач	Удовлетворительные, но содержащие отдельные пробелы владения навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач	Сформированные владения навыками использования математических алгоритмов и основами критического мышления для решения профессиональных задач	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-5.1. Знать методы анализа и структуризации экономической и технологической информации, алгоритм выдвижения целей и постановки задач;	Отсутствие или фрагментарное знание методов анализа и структуризации экономической и технологической информации, алгоритм выдвижения целей и постановки задач	Удовлетворительные, но не систематизированное знание методов анализа и структуризации экономической и технологической информации, алгоритм выдвижения целей и постановки задач	Удовлетворительные, но содержащие отдельные пробелы знание методов анализа и структуризации экономической и технологической информации, алгоритм выдвижения целей и постановки задач	Сформированные знания методов анализа и структуризации экономической и технологической информации, алгоритм выдвижения целей и постановки задач	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-5.1. Уметь применять методы анализа и обобщения информации, вырабатывать алгоритм выдвижения целей и формулировки задач	Отсутствие или фрагментарное умение применять методы анализа и обобщения информации, вырабатывать алгоритм выдвижения целей и формулировки задач	Удовлетворительные, но не систематизированное умение применять методы анализа и обобщения информации, вырабатывать алгоритм выдвижения целей и формулировки задач	Удовлетворительные, но содержащие отдельные пробелы умения применять методы анализа и обобщения информации, вырабатывать алгоритм выдвижения целей и формулировки задач	Сформированные умения применять методы анализа и обобщения информации, вырабатывать алгоритм выдвижения целей и формулировки задач	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-5.1. Владеть навыками использования алгоритмов обобщения и структуризации информации, постановки цели и задач по ее достижению.	Отсутствие или фрагментарное владение навыками использования алгоритмов обобщения и структуризации информации, постановки цели и задач по ее достижению.	Удовлетворительные, но не систематизированное владение навыками использования алгоритмов обобщения и структуризации информации, постановки цели и задач по ее достижению.	Удовлетворительные, но содержащие отдельные пробелы владения навыками использования алгоритмов обобщения и структуризации информации, постановки цели и задач по ее достижению.	Сформированные владения навыками использования алгоритмов обобщения и структуризации информации, постановки цели и задач по ее достижению.	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-5.3. Знать	Отсутствие или	Удовлетворитель	Удовлетворител	Сформированн	Тест,

основные методы анализа и принятия управленческих решений, экономического анализа и обоснования решений при планировании деятельности компаний	фрагментарное знание основных методов анализа и принятия управленческих решений, экономического анализа и обоснования решений при планировании деятельности компаний	ные, но не систематизированное знание основных методов анализа и принятия управленческих решений, экономического анализа и обоснования решений при планировании деятельности компаний	ьные, но содержащее отдельные пробелы знания основных методов анализа и принятия управленческих решений, экономического анализа и обоснования решений при планировании деятельности компаний	ые знания основных методов анализа и принятия управленческих решений, экономического анализа и обоснования решений при планировании деятельности компаний	индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-5.3. Уметь применять методы финансового анализа и алгоритмы экономического обоснования управленческих решений	Отсутствие или фрагментарное умение применять методы финансового анализа и алгоритмы экономического обоснования управленческих решений	Удовлетворительные, но не систематизированное умение применять методы финансового анализа и алгоритмы экономического обоснования управленческих решений	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы умения применять методы финансового анализа и алгоритмы экономического обоснования управленческих решений	Сформированные умения применять методы финансового анализа и алгоритмы экономического обоснования управленческих решений	Тест, индивидуальный опрос, экзамен
ОПК-5.3. Владеть навыками использования финансовых методов и алгоритмов принятия управленческих решений	Отсутствие или фрагментарное владение навыками использования финансовых методов и алгоритмов принятия управленческих решений	Удовлетворительные, но не систематизированное владение навыками использования финансовых методов и алгоритмов принятия управленческих решений	Удовлетворительные, но содержащее отдельные пробелы владения навыками использования финансовых методов и алгоритмов принятия управленческих решений	Сформированные владения навыками использования финансовых методов и алгоритмов принятия управленческих решений	Тест, индивидуальный опрос, экзамен

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### 1. Тест

1. К каналам личной коммуникации можно отнести:

- а) общение одного лица с аудиторией;
- б) прямую почтовую рекламу;
- в) рекламу по телевидению;
- г) печатную рекламу.

Ответ: а

2. Прямой маркетинг - это:

- а) устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем;
- б) устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей;
- в) продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения;
- г) благожелательное представление товара в СМИ.

Ответ: в

3. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

- а) товары импульсной покупки
- б) товары особого спроса
- в) товары постоянного спроса
- г) товары предварительного выбора
- д) товары пассивного спроса

Ответ: в

4. Затраты фирмы на рекламу составляют:

- а) 1 % от суммы продаж;
- б) 2-10 % от суммы продаж;
- в) 20 % от суммы продаж;
- г) зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы.

Ответ: г

5. Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:

- а) потребность в любви;
- б) потребность в безопасности;
- в) физиологические потребности;
- г) потребность в саморазвитии.

Ответ: в

6. Что является главным в определении маркетинг:

- а) сбыт товара;
- б) снижение издержек производства;
- в) удовлетворение потребностей потребителей;
- г) установление цены товара;

Ответ: в

7. Главное отличие пропаганды от рекламы в:

- а) ее платности;
- б) ее личном характере;
- в) ее общественном характере;
- г) она не оплачивается.

Ответ: г

8. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:

- а) пяти элементов;
- б) шести элементов;

- в) девяти элементов;
- г) трех элементов.

Ответ: а

9. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

- а) географическому;
- б) демографическому;
- в) поведенческому;
- г) психографическому;

Ответ: б

10. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

- а) реклама;
- б) стимулирование сбыта;
- в) обратная связь;
- г) все перечисленные.

Ответ: а

11. Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами:

- а) прямого маркетинга;
- б) пропаганды;
- в) рекламы;
- г) стимулирования сбыта.

Ответ: г

12. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:

- а) изучение товара;
- б) изучение рынка;
- в) изучение покупателей;
- г) изучение конкурентов.

Ответ: б

13. Технология публич рилейнз включает:

- а) анализ, исследования и постановку задач;
- б) разработку программы и сметы;
- в) осуществление программы оценку результатов и доработку программы;
- г) все вышеперечисленное.

Ответ: г

14. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления?

- а) на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее

- б) спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления
- в) спрос на товары резко меняется

Ответ: а

15. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

- а) кабинетное исследование;
- б) панельное исследование;
- в) полевое исследование;

Ответ: а

16. К преимуществам специализированного рекламного агентства можно отнести:

- а) значительный практический опыт агентства;
- б) сотрудники заинтересованы в успех мероприятий;
- в) экономию средств;
- г) все вышеперечисленное.

Ответ: а

17. Паблик рилейшнз - это:

- а) специализированные выставки;
- б) персональные продажи;
- в) связи с общественностью;
- г) пропаганда.

Ответ: в

18. Вы купили машину. К какому виду товара она относится:

- а) товар личного потребления;
- б) товар массового спроса;
- в) товар предварительного выбора;
- г) товар особого спроса

Ответ: в

19. Обратная связь - это:

- а) часть откликов покупателей о товаре, которую они доводят до сведения производителя;
- б) набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями;
- в) процесс, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем;
- г) информация, которую отправитель передает получателю.

Ответ: а

20. К стимулированию сбыта можно отнести:

- а) конкурсы с подарками;
- б) беспроигрышные лотереи;



- в) зачетные купоны, скидки;
- г) все вышеперечисленное.

Ответ: г

21. Метод сбора первичной информации это:

- а) эксперимент;
- б) работа с научной литературой;
- в) работа со статистическими данными;
- г) работа с документацией предприятия;

Ответ: а

22. Участие в международных выставках позволяет:

- а) снизить издержки производства;
- б) привлечь внимание широкой общественности к достижениям фирмы, создать свой имидж, заключать контракты;
- в) стимулировать деловых партнеров;
- г) определить эффективность рекламы.

Ответ: б

23. Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях:

- а) постоянного спроса;
- б) колебания спроса на услуги;
- в) колебания предложения услуг;
- г) равновесия между спросом и предложением на услуги.

Ответ: б

24. Атрибутом позиционирования является:

- а) количество сотрудников на предприятия;
- б) цена;
- в) мощность предприятия;
- г) широта ассортимента выпускаемой продукции.

Ответ: б

25. К услугам более применимы следующие средства стимулирования:

- а) реклама;
- б) пропаганда;
- в) стимулирование сбыта;
- г) личная продажа.

Ответ: а

26. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

- а) человек удовлетворяет ее;
- б) она достигает максимального уровня;
- в) в процессе ее удовлетворения;
- г) с момента ее появления.

Ответ: б

27. Стратегия диверсификации это:

- а) проникновение на новые рынки со старым товаром;
- б) проникновение на новые рынки с новым товаром;
- в) включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия

Ответ: в

28. Эффективность «Директ мэйл» составляет:

- а) 10%;
- б) 20 %;
- в) 15%;
- г) 7%.

Ответ: г

29. В случае, если потребители знают только название товара, они находятся в состоянии:

- а) неосведомленности;
- б) осведомленности;
- в) благорасположения;
- г) знания.

Ответ: а

30. Позиционирование рынка это-:

- а) определение места для своего товара в ряду аналогов;
- б) сегментирование рынка;
- в) широкомасштабная рекламная кампания;

Ответ: а

Оценка результатов тестирования. За каждый правильный ответ начисляется 1 балл. Для перевода баллов в оценку применяется универсальная шкала оценки образовательных достижений. Если обучающийся набирает от 90 до 100% от максимально возможной суммы баллов - выставляется оценка «отлично»;  
от 80 до 89% - оценка «хорошо»,  
от 60 до 79% - оценка «удовлетворительно»,  
менее 60% - оценка «неудовлетворительно».

### Практическое контрольное задание

#### Тема

Тема Маркетинг

Выполнение теста в режиме онлайн на сайте  
<https://farvater.gumrf.ru/course/view.php?id=1297>

## Критерии оценивания

№ п/п	Критерии оценивания	Результат
1	Тест не выполнен или выполнен частично. Студент не владеет терминологией, по результатам тестирования не может составить свой психологический портрет,	не зачтено
2	Тест выполнен полностью. Студент владеет терминологией, по результатам тестирования может составить свой психологический портрет.	зачтено

## 2. Индивидуальный устный опрос

Тема: «Понятие маркетинг»

Примерный перечень вопросов:

1. Предпосылки возникновения маркетинга и этапы развития маркетинга.
2. Понятие, принципы, цели и задачи маркетинга.
3. Функции маркетинга. Концепция маркетинга.
4. Классификация маркетинга.
5. Субъекты, виды маркетинга.
6. Элементы комплекса маркетинга.
7. Понятие и методы маркетинговой деятельности.
8. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда.
9. Управление маркетингом.
10. Роль маркетинга в деятельности предприятия, служба маркетинга на предприятии.

Тема: «Маркетинговое исследование рынка»

Примерный перечень вопросов:

1. Маркетинговое исследование рынка
2. Конкуренция.
3. Конкурентные стратегии.
4. Понятие и сущность маркетингового исследования рынка.
5. Основные направления исследований в маркетинге.
6. Методы исследования рынка, метод экспертных оценок, метод бенчмаркинга, фокус-группы.
7. Маркетинговая среда,
8. План маркетингового исследования.
9. Маркетинговое представление рынка.
10. Маркетинговая информация, ее виды.
11. Позиционирование товара

Тема: «Сегментация»

Примерный перечень вопросов:

1. Понятие и сущность сегментирования, этапы сегментирования, виды сегментации.
2. Критерии, стратегии и возможности сегментации рынка. Понятие сегмента и ниши рынка.

3. Множественная сегментация.
4. Выбор целевых сегментов.
5. Классификация потребителей, модели покупательского поведения, направления изучения потребителей

Тема: «Товар и услуга»

Примерный перечень вопросов:

1. Понятие товара, классификация, потребительские свойства товара.
2. Товарный ассортимент.
3. Конкурентоспособность товара.
4. Маркетинговая стратегия товара.
5. Жизненный цикл товара.
6. Разработка нового товара.
7. Жизненный цикл товара.
8. Конкурентоспособность товара.
9. Товарный знак.
10. Товародвижение.
11. Упаковка и маркировка.
12. Классификация услуг.
13. Роль услуг в системе маркетинга. Дифференцирование предложения товара

Тема: «Ценовая политика»

Примерный перечень вопросов:

1. Ценообразование, виды, значение ценообразования в маркетинге.
2. Понятие цены.
3. Методы ценообразования
4. Определение и роль цены на рынке, процесс установления цены на новый товар.
5. Регулирование ценообразования.
6. Показатели финансового положения фирмы.
7. Реакция потребителей на изменения цен

Тема: «Сбытовая политика предприятия»

Примерный перечень вопросов:

1. Сбытовая политика предприятия
2. Факторы, влияющие на уровень обслуживания покупателей
3. Система товародвижения
4. Методы каналов сбыта
5. Каналы распределения товаров

6. Функции каналов распределения
7. Формы распределения товаров
8. Виды торговых посредников
9. Система продвижения товара
10. Стратегии продвижения товара

Тема: «Анализ в маркетинге»

Примерный перечень вопросов:

1. Анализ внутренней и внешней среды
2. Анализ организации сбытовой деятельности на предприятии
3. Анализ факторов, влияющих на повышение качества продукции
4. Анализ конкуренции. Идентификация конкурентов. Уровни конкуренции
5. SWOT-анализ предприятия
6. Анализ финансового состояния

Тема: «Маркетинговые коммуникации продвижения товара»

Примерный перечень вопросов:

1. Маркетинговые коммуникации
2. Стимулирование сбыта
3. Стимулирование сбыта
4. Сущность и задачи стимулирования
5. Понятие рекламы, ее цели и функции
6. Формы рекламы
7. Планирование бюджета
8. Реклама и жизненный цикл товара
9. Принципы эффективной рекламы
10. Принципы выбора канала распространения рекламы
12. Методы личных продаж

Тема: «Управление в маркетинге»

Примерный перечень вопросов:

1. Маркетинговый контроль
2. Особенности управления маркетингом
3. Виды контроля в маркетинговой деятельности
4. Маркетинговый аудит
5. Планирование маркетинга
6. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности

## 8. Основы концепции управления предприятием в условиях рынка

Тема: «Международный маркетинг»

Примерный перечень вопросов:

1. Понятие международного маркетинга
2. Сущность и задачи международного маркетинга
3. Концепции международного маркетинга
4. Принципы, среда международного маркетинга
5. Особенности перехода к международному маркетингу
6. Жизненный цикл товара на международных рынках
7. Мировые цены. Ценовая политика на международных рынках
8. Сервис в международной торговле
9. Сегментирование международного рынка
10. Конкурентные стратегии в международном маркетинге
11. Экспортная товарная политика
12. Маркетинговые исследования мировых рынков
13. Патентно-правовое обеспечение

Таблица 4  
Критерии оценивания

Критерии оценивания	Результат
свободное владение материалом; обучающийся дает правильное определение основных понятий	зачтено
обучающийся обнаруживает незнание большей части изучаемого материала и допускает большое количество существенных ошибок в формулировках определений; беспорядочно и неуверенно излагает материал	Не зачтено

### 3. Устный экзамен

Перечень вопросов к экзамену

1. Определение маркетинга. Основная цель маркетинга.
2. Классификация и определение отраслевых видов маркетинга.
3. Уровни маркетинга.
4. Рынок. Состояние рынка.
5. Закон спроса. Спрос и предложение. Изменения в спросе.  
Неценовые детерминанты, влияющие на спрос.
6. Парадокс Гиффена.
7. Эластичность спроса. Единичная эластичность.
8. Формула ценовой эластичности.
9. Факторы ценовой эластичности спроса.
10. Влияние и зависимость спроса от предложения.
11. Характеристики покупателя.

12. Новые товары. Новаторы. Время восприятия новинки. Основные характеристики новинки.
13. Перечень причин, по которым люди не покупают товар.
14. Перечень факторов, по которым определяется цена продукции.
15. Концепции маркетинга.
16. Шесть основных глобальных целей маркетинга.
17. Функции маркетинга.
18. Требования к маркетинговой службе компании.
19. Маркетинговые исследования. Этапы маркетинговых исследований.
20. Типы маркетинговых исследований. Требования к маркетинговым исследованиям. Задачи исследований.
21. Маркетинговая информация. Носители информации. Источники информации.
22. Маркетинговый анализ.
23. Анализ и прогноз рыночной конъюнктуры. Что понимается под рыночной ситуацией или состоянием рынка.
24. Уровень риска. Типы рынков по устойчивости их развития. Емкость рынка. Расчет емкости рынка.
25. Коммерческий риск. Классификация рисков. Методы оценки рисков.
26. Анализ поведения конкурентов на рынке. Схема характеристики конкурентов.
27. Стратегический и оперативный маркетинг. Направления стратегии роста рынка. Диверсификация.
28. Спрос. Типы спроса. Этапы жизненного цикла товара.
29. Стратегическое моделирование. Классификация. Маркетинговая стратегическая матрица.
30. Основные принципы маркетингового планирования. Маркетинговый контроллинг.
31. Сегментация рынка и позиционирование товара. Рыночная ниша. Условия эффективной сегментации. Признаки сегментации.
32. Товар. Характеристики товара.
33. Ассортимент. Широта (ширина), глубина, гармоничность и насыщенность.
34. Марка товара. Элементы марки. Виды марок.
35. Классификация товаров по признаку товарной специализации.
36. Классификация товаров по признаку цикла потребления.
37. Потребительский спрос. Потребность. Потребление.
38. Классификация спроса.
39. Инновационная политика фирмы. Товарная политика фирмы.
40. Классификация степени новизны товаров. Модернизация и модификация товара.
41. Разработка нового товара. Технологическая, экономическая и маркетинговая разработка.
42. Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла товара.
43. Товародвижение. Сбыт и отгрузка. Поставка. Транспортабельность товара.
44. Классификация типов сбыта товаров.



45. Канал товародвижения. Уровни канала. Каналы косвенного маркетинга. Горизонт покупателя. Длина канала.
46. Интеграция канала. Основные формы сотрудничества участников товародвижения.
47. Дистрибуция. Лизинговые операции. Франчайзинг. Бартерные операции. Участники дистрибуционной деятельности.
48. Функции оптовой и розничной торговли. Особенности ресторанной индустрии.
49. Конкуренция. Бенч-маркетинг. Два основных направления конкурентной борьбы.
50. Конкурентоспособность фирмы. Формы и методы конкурентной борьбы.
51. Монополистическая и олигополистическая конкуренция.
52. Цена. Определение. Себестоимость продукции. Факторы образования цены.
53. Стратегии ценового маркетинга.
54. Методы ценообразования.
55. Продвижение товаров. Формы продвижения. Реклама. Классификация форм рекламы.
56. Коммуникативные системы маркетинга. Целевая аудитория. Коммуникативный канал.
57. Этапы подготовки и ведения рекламной компании. Методы оценки рекламы.
58. Потребители. Факторы, определяющие поведение покупателя.
59. Торговая марка, бренд, брендинг. Механизм создания бренда.
60. Основные мировые тенденции в маркетинге.

#### Критерии оценивания:

- полнота и правильность ответа;
- степень осознанности, понимания изученного;
- языковое оформление ответа

#### Показатели и шкала оценивания:

Таблица 5

Шкала оценивания	Показатели
отлично	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий;</li> <li>– обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные;</li> <li>– излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка</li> </ul>

хорошо	– обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого
удовлетворительно	– обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: – излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; – не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; – излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого
неудовлетворительно	– обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал