

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КГЭУ «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЦТЭ

_____ Ю.В. Торкунова

«22» июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговая деятельность предприятия

(Наименование дисциплины в соответствии с РУП)

Направление подго-
товки

38.03.01 Экономика
(Код и наименование направления подготовки)

Квалификация

Бакалавр

г. Казань, 2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика», утвержденного Приказом Министерством образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 954.

Программу разработал(и):

доцент, к.э.н. _____ Салихова Р.Р.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-разработчика ЭОП, протокол №14 от 07.06.2021 г. Заведующий кафедрой Ахметова И.Г.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры протокол № 14 от 07.06.2021 г.

Зав. кафедрой ЭОП Ахметова И.Г.

Программа одобрена на заседании учебно-методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 10 от 22.06.2021 г.

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики Косулин В.В.

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики протокол № 11 от 22.06.2021

Согласовано:

Руководитель ОПОП Ахметова И.Г.

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Маркетинговая деятельность предприятия» является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков по основным понятиям и видам маркетинга, принципам и механизмам функционирования маркетинговых систем в организациях.

Задачи данной дисциплины:

- сформировать понятийный аппарат и четкое представление о маркетинге как концепции внутрифирменного управления;
- сформировать представление о принципах и механизмах управления в маркетинговой деятельности;
- сформировать умение анализировать существующие и потенциальные запросы потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя;
- сформировать умение сегментирования рынков, выбора целевых сегментов;
- приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение товара.

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Универсальные компетенции (УК)		
УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК 3.1 - Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели	<i>Знать:</i> - особенности и стратегии межличностного взаимодействия в командной работе для сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений (З ₁). <i>Уметь:</i> - работать в команде на основе стратегии сотрудничества при обосновании принятия маркетинговых решений на основе учета факторов эффективности маркетинговой деятельности предприятия (У ₁). <i>Владеть</i> - навыками моделирования маркетинговых решений на основе использования стандартных моделей маркетинга при организации работы в команде. (В1)

Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК -4 - Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;	ОПК-4.1- Способен принимать организационно-управленческие решения и проводить оценку новым рыночным возможностям на основе анализа эффективности использования ресурсов	<i>Знать:</i> - основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, технологии и методики выявления и оценки возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (З ₁). <i>Уметь:</i> - выявлять новые рыночные возможности создания и обоснования развития новых направлений деятельности организаций на основе использования маркетинговых моделей в технологиях бизнес-планирования (У ₁); <i>Владеть</i> - навыками оценивания маркетинговой эффективности принимаемых бизнес-решений на основе использования методов и технологий бизнес-планирования в маркетинговой деятельности предприятия (В ₁).

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинговая деятельность предприятия» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
ОПК-4	нет	Экономика и управление качеством

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов;
- условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста;
- базовые инструментальные средства необходимые для обработки экономических данных;

уметь:

- использовать основы экономических знаний для построения кривых спроса, предложения, безразличия, равного продукта, издержек, линии бюджетного ограничения, равных издержек и др.;
- проводить обработку экономических данных, связанных с профессиональной задачей
- оценивать роль собранных данных для расчета и анализа каждого экономического показателя.

- искать и собирать финансовую и экономическую информацию;

владеть:

- навыками микроэкономического моделирования с применением современных инструментов;

- навыками самостоятельной исследовательской работы;

- вариантами расчетов экономических показателей;

- системой выводов для обоснования полученных результатов при расчетах экономических данных.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 52 часа составляет контактная работа обучающегося с преподавателем: занятия лекционного типа - 16 час., занятия семинарского типа 34 час., контроль самостоятельной работы (КСР) – 2 ч., самостоятельная работа обучающегося 56 часов.

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Семестр 3
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:		52
Лекции (Лек)		16
Практические (семинарские) занятия (Пр)		34
Лабораторные работы (Лаб)		
Групповые консультации		
Индивидуальные консультации		
Сдача экзамена / зачета с оценкой (КПА)		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		2
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:		56
Подготовка к промежуточной аттестации в форме:		
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (З-зачет)		3

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Семестр	Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС								Формируемые результаты обучения (знания, умения, навыки)	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно-рейтинговой системе
		Занятия лекционного типа	Занятия практического / семинарского типа	Лабораторные работы	Групповые консультации	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	Контроль самостоятельной работы (КСР)	Подготовка к промежуточной аттестации	Сдача зачета / экзамена					
Раздел 1. Основы маркетинга.														
Понятие, сущность и особенности маркетинга. Основные принципы маркетинговой деятельности. Функции маркетинга. Виды и задачи маркетинга. Эволюция концепций маркетинга	2	2	4			7				13	УК 3.1- 31, ОПК- 4.2-31	О- 1,2; Д-1,2	Тест, практическое задание	12,5
Раздел 2. Управление маркетингом														
Состояние спроса и тип маркетинга. Основные тенденции развития маркетинга. Основные понятия маркетинга.	2	2	4			7				13	УК 3.1- 31, ОПК- 4.1-31	О- 1,2, Д-1	Деловая игра, тест	12,5
Раздел 3. Сегментация рынка														
Понятие и содержание сегментации рынка. Критерии сегментации рынка. Методы рыночной сегментации.	2	2	4			7				13	УК 3.1-У1 ОПК 4.1 – У1	О-1,2 Д-1,2	Тест, практическое задание	12,5
Раздел 4. Товарная политика и ценообразование в маркетинге														

Понятие товара и его роль в комплексе маркетинга. Жизненный цикл товара. Разработка нового товара. Товарный ассортимент. Функции цены и подходы к ценообразованию. Скидки как элемент ценовой политики. Стратегии ценообразования	2	2	4							13	УК 3.1-У1 ОПК 4.1 – У1	О- 1,2; Д- 1,2	Тест, практическое задание		12,5
Раздел 5. Маркетинг в системе управления организацией															
Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования. Маркетинг как философия современного бизнеса	2	2	4							13	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	О- 1,2; Д-1,2	Тест, практическое задание		12,5
Раздел 6. Формирование бренда в маркетинговой деятельности предприятия															
Инновации с точки зрения маркетинга. Товар, торговая марка и бренд. Потребительский инсайт и создание успешного бренда	2	2	4							13	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	О- 1,2; Д-1,2	Тест, практическое задание		12,5
Раздел 7. Интернет-маркетинг															
Возможности, сущность и задачи маркетинга в компьютерных сетях. Реклама в Интернете. Традиции поведения пользователей Интернета. Методы Интернет-маркетинга. Оценка и способы повышения.	2	2	6							15	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	О- 1,2; Д-1,2	Тест, практическое задание		12,5
Раздел 8 Поведение потребителей															

Современная теория потребителей. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на потребительское поведение. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о	2	2	4			7	2			15	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	О-1,2 ; Д-1,2	Тест, практическое задание		12,5
	2										УК 3.1- 31, УК 3.1-У1; УК 3.1 – В1; ОПК 4.1 – 31; ОПК 4.1 – У1; ОПК 4.1 – В1.			3	
		16	34		2	56				108				3	100

3.3. Тематический план лекционных занятий

Номер раздела дисциплины	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	Основы маркетинга	2
2	Управление маркетингом	2
3	Сегментация рынка	2
4	Товарная политика и ценообразование в маркетинге	2
5	Маркетинг в системе управления организацией	2
6	Формирование бренда в маркетинговой деятельности предприятия	2
7	Интернет-маркетинг	2
8	Поведение потребителей	2
	Всего	16

3.4. Тематический план практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы семинарских занятий	Трудоемкость, час.
1	Основы маркетинга	2
1	Основы маркетинга	2
2	Управление маркетингом	2
2	Управление маркетингом	2
3	Сегментация рынка	2
3	Сегментация рынка	2
4	Товарная политика и ценообразование в маркетинге	2
4	Товарная политика и ценообразование в маркетинге	2
5	Маркетинг в системе управления организацией	2
5	Маркетинг в системе управления организацией	2
6	Формирование бренда в маркетинговой деятельности предприятия	2
6	Формирование бренда в маркетинговой деятельности предприятия	2
7	Интернет-маркетинг	3
7	Интернет-маркетинг	3
8	Поведение потребителей	2
8	Поведение потребителей	2
	Всего	34

3.4. Тематический план практических занятий.

Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены учебным планом.

3.6. Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.
1	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и выполнению практической работы	Понятие, сущность и особенности маркетинга. Основные принципы маркетинговой деятельности. Функции маркетинга. Виды и задачи маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.	7
2	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и деловой игре	Состояние спроса и тип маркетинга. Основные тенденции развития маркетинга. Основные понятия маркетинга.	7
3	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и выполнению практической работы	Понятие и содержание сегментации рынка. Критерии сегментации рынка. Методы рыночной сегментации.	7
4	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и выполнению практической работы	Понятие товара и его роль в комплексе маркетинга. Жизненный цикл товара. Разработка нового товара. Товарный ассортимент. Функции цены и подходы к ценообразованию. Скидки как элемент ценовой политики. Стратегии ценообразования	7
5	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и выполнению практической работы	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования. Маркетинг как философия современного бизнеса	7
6	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и выполнению практической работы	Инновации с точки зрения маркетинга. Товар, торговая марка и бренд. Потребительский инсайт и создание успешного бренда.	7
7	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и выполнению	Возможности, сущность и задачи маркетинга в компьютерных сетях. Реклама в Интернете. Традиции поведения пользователей Интернета. Методы Интернет-маркетинга. Оценка и способы повышения.	7

	нию практической работы		
8	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию – тесту и выполнению практической работы	Современная теория потребителей. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на потребительское поведение. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о покупке	7
Всего			56

4. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии - лекции в сочетании с семинарскими занятиями, самостоятельное изучение определённых разделов.

В процессе обучения используются дистанционные образовательные технологии и- электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL: <http://e.kgeu.ru/>, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений.

В образовательном процессе используется:

- дистанционный курс (ДК), размещенный на площадке LMSMoodle,

URL:

<https://lms.kgeu.ru/course/view.php?id=2329>

5. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, включает: *защиты практических заданий, проведение тестов.*

Итоговой оценкой результатов освоения дисциплины является оценка, выставленная во время промежуточной аттестации обучающегося зачета с учетом результатов текущего контроля успеваемости. На зачет выносятся теоретические и практические задания, проработанные в течение семестра на учебных занятиях и в процессе самостоятельной работы обучающихся.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (дескрипторы достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
Полнота знаний	<i>Уровень знаний ниже минимальных требований,</i>	<i>Минимально допустимый уровень знаний, имеет</i>	<i>Уровень знаний в объеме, соответствующем программе,</i>	<i>Уровень знаний в объеме, соответствующем прог-</i>

	<i>имеют место грубые ошибки</i>	<i>место много негрубых ошибок</i>	<i>имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>рамме подготовки, без ошибок</i>
Наличие умений	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки</i>	<i>Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</i>
Наличие навыков (владение опытом)	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</i>
Характеристика сформированности компетенции (дескрипторы достижения компетенции)	<i>Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач</i>	<i>Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач</i>	<i>Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач</i>	<i>Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач</i>
Уровень сформированности компетенции (дескрипторы достижения компетенции)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Запланированные дескрипторы освоения дисциплины	Уровень сформированности компетенции (дескрипторы достижения компетенции)			
		Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
		Шкала оценивания			
		отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

		зачтено			не зачтено
УК 3	знать:				
	- особенности и стратегии межличностного взаимодействия в командной работе для сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений (З ₁)	Знает особенности и стратегии межличностного взаимодействия в командной работе для сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений, не допускает ошибок	Знает особенности и стратегии межличностного взаимодействия в командной работе для сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений, может допускать несколько негрубых ошибок	Плохо знает особенности и стратегии межличностного взаимодействия в командной работе для сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений, допускает много негрубых ошибок	Не знает особенности и стратегии межличностного взаимодействия в командной работе для сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений, уровень знаний ниже минимальных требований.
	уметь:				
	- работать в команде на основе стратегии сотрудничества при обосновании принятия маркетинговых решений на основе учета факторов эффективности маркетинговой деятельности предприятия (У ₁);	Демонстрирует умение работать в команде на основе стратегии сотрудничества при обосновании принятия маркетинговых решений на основе учета факторов эффективности маркетинговой деятельности предприятия, не допускает ошибок	Демонстрирует умение работать в команде на основе стратегии сотрудничества при обосновании принятия маркетинговых решений на основе учета факторов эффективности маркетинговой деятельности предприятия, допускает при этом ряд небольших ошибок	В целом демонстрирует умение работать в команде на основе стратегии сотрудничества при обосновании принятия маркетинговых решений на основе учета факторов эффективности маркетинговой деятельности предприятия а, допускает много мелких ошибок	Не сформировано умение работать в команде на основе стратегии сотрудничества при обосновании принятия маркетинговых решений на основе учета факторов эффективности маркетинговой деятельности предприятия, допускает грубые ошибки

	владеть:				
	- навыками моделирования маркетинговых решений на основе использования стандартных моделей маркетинга при организации работы в команде (В ₁);	Свободно владеет навыками моделирования маркетинговых решений на основе использования стандартных моделей маркетинга при организации работы в команде, без ошибок.	Владеет навыками моделирования маркетинговых решений на основе использования стандартных моделей маркетинга при организации работы в команде, допущен ряд ошибок	Демонстрирует владение навыками моделирования маркетинговых решений на основе использования стандартных моделей маркетинга при организации работы в команде, допускает много мелких ошибок	Не владеет - навыками моделирования маркетинговых решений на основе использования стандартных моделей маркетинга при организации работы в команде, допускает грубые ошибки
ОПК -4	знать:				
	- основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, технологии и методики выявления и оценки возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций (31)	Знает основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, технологии и методики выявления и оценки возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций, не допускает ошибок	Знает основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, технологии и методики выявления и оценки возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций, может допускать несколько негрубых ошибок	Плохо знает основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, технологии и методики выявления и оценки возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций, допускает много негрубых ошибок	Не знает основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, технологии и методики выявления и оценки возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций, уровень знаний ниже минимальных требований.
	умеет:				
	- выявлять	Демонстри-	Демонстри-	В целом де-	Не сформи-

	новые рыночные возможности создания и обоснования развития новых направлений деятельности организаций на основе использования маркетинговых моделей в технологиях бизнес-планирования (У1)	рует умение выявлять новые рыночные возможности создания и обоснования развития новых направлений деятельности организаций на основе использования маркетинговых моделей в технологиях бизнес-планирования, не допускает ошибок	рует умение выявлять новые рыночные возможности создания и обоснования развития новых направлений деятельности организаций на основе использования маркетинговых моделей в технологиях бизнес-планирования, допускает при этом ряд небольших ошибок	монстрирует умение выявлять новые рыночные возможности создания и обоснования развития новых направлений деятельности организаций на основе использования маркетинговых моделей в технологиях бизнес-планирования, допускает много мелких ошибок	ровано умение выявлять новые рыночные возможности создания и обоснования развития новых направлений деятельности организаций на основе использования маркетинговых моделей в технологиях бизнес-планирования, допускает грубые ошибки
	Владеть:				
	- навыками оценивания маркетинговой эффективности принимаемых бизнес-решений на основе использования методов и технологий бизнес-планирования в маркетинговой деятельности предприятия	Свободно владеет навыками оценивания маркетинговой эффективности принимаемых бизнес-решений на основе использования методов и технологий бизнес-планирования в маркетинговой деятельности предприятия, без ошибок.	Владеет навыками оценивания маркетинговой эффективности принимаемых бизнес-решений на основе использования методов и технологий бизнес-планирования в маркетинговой деятельности предприятия, допущен ряд ошибок	Демонстрирует навыки оценивания маркетинговой эффективности принимаемых бизнес-решений на основе использования методов и технологий бизнес-планирования в маркетинговой деятельности предприятия, допускает много мелких ошибок	Не владеет - навыками оценивания маркетинговой эффективности принимаемых бизнес-решений на основе использования методов и технологий бизнес-планирования в маркетинговой деятельности предприятия, допускает грубые ошибки

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оце-

нивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчика в бумажном и электронном виде.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Лашина, М.В	Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге	Учебник	М.: Кнорус	2017	https://book.ru/book/922282	1
2	Фролов, Ю.В.	Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica (на примерах)	учебное пособие	М.: Русайнс	2015	https://book.ru/book/919065	1

Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Алябьева, М.В.	Экономический и маркетинговый анализ в системе обеспечения экономической безопасности предприятия и его совершенствование	монография	М.: Кнорус	2017	https://book.ru/book/926080	1
2	Даеничева, В.А.	Маркетинг	Учебное пособие	М.: Кнорус	2016	https://book.ru/book/926580	1

6.2. Информационное обеспечение

6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	<i>Энциклопедии, словари, справочники</i>	http://www.rubricon.com
2	<i>Портал "Открытое образование"</i>	http://npoed.ru
3	<i>Единое окно доступа к образовательным ресурсам</i>	http://window.edu.ru

6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	<i>Официальный интернет-портал правовой информации</i>	http://pravo.gov.ru	http://pravo.gov.ru
2	<i>Справочно-правовая система по законодательству РФ</i>	http://garant.ru	http://garant.ru

6.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	<i>Научная электронная библиотека</i>	http://elibrary.ru	http://elibrary.ru
2	<i>Российская государственная библиотека</i>	http://www.rsl.ru	http://www.rsl.ru
3	<i>Образовательный портал</i>	http://www.uceba.com	http://www.uceba.com
4	<i>Справочная правовая система «Консультант Плюс»</i>	http://consultant.ru	http://consultant.ru

6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Описание	Реквизиты подтверждающих документов
1	LMS Moodle	Современное программное обеспечение	https://lms.kgeu.ru/course/view.php?id=958
2	Операционная система Windows 7 Профессиональная	лицензионное	Договор ПО ЛИЦ №0000/20, лицензиар – ЗАО «ТаксНет Сервис»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и помещений для СРС	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
1	Лекционные занятия	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа.	<p>Оснащение: доска аудиторная (2 шт.), акустическая система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон</p> <p>Программное обеспечение: 1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. 2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно, 4. Adobe Acrobat, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно, 5. LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии – бессрочно.</p>
2	Практические занятия, групповые и индивидуальные консультации, промежуточная аттестация	<p>Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля, групповых и индивидуальных консультаций, промежуточной аттестации</p> <p>Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского</p>	<p>Оснащение: моноблок (15 шт.), проектор, экран.</p> <p>Программное обеспечение: 1. Операционная система Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК): №ПО-ЛИЦ 0000/2014 от 27.05.2014, лицензиар - ЗАО "ТаксНет-Сервис", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 2. Office Professional Plus 2007 Windows32 Russian DiskKit MVL CD: договор №225/10 от 28.01.2010, лицензиар - ЗАО "СофтЛайнТрейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 4. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 5. DaVinci Resolve. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. 6. GIMP. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. 7. Paint.NET. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>Оснащение: доска аудиторная (2 шт.), акустическая система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон</p>

		типа	<p>Программное обеспечение: 1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно</p> <p>3. Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно,</p> <p>4. Adobe Acrobat, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно,</p> <p>5. LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии – бессрочно.</p>
3	Самостоятельная работа обучающегося	Помещение для проведения самостоятельной работы студента	<p>Оснащение: моноблок (30 шт.), система видеонаблюдения (6 видеокамер), проектор, экран</p> <p>Программное обеспечение:</p> <p>1. Windows 10: договор № Tr096148 от 29.09.2020, лицензиар - ООО "Софтлайн трейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - до 14.09.2021</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии – бессрочно</p> <p>3. Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии – бессрочно.</p> <p>4. LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
		Читальный зал библиотеки	<p>Специализированная мебель, компьютерная техника</p> <p>с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, мультимедийный проектор, экран, программное обеспечение</p>
		Компьютерный класс с выходом в Интернет	<p>Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест,</p> <p>30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение</p>
4	Зачет	Учебная аудитория	<p>37 посадочных мест, доска интерактивная проектор, компьютер в комплекте с монитором (6 шт.) моноблок (10) подключение к сети "Интернет", доступ в электронную информационно-образовательную среду</p>

8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www//kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;
- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и

ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

9. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);
- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);
- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;
- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского

общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

Духовно-нравственное воспитание:

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;

- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;

- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

Культурно-просветительское воспитание:

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;

- формирование эстетической картины мира;

- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

Структура дисциплины по очно-заочной форме обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Семестр 4
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:		36,5
Лекции (Лек)		16
Практические (семинарские) занятия (Пр)		16
Лабораторные работы (Лаб)		
КСР		4
Сдача экзамена / зачета с оценкой (КПА)		0,5
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:		67,5
Контрольная работа		
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: <i>экзамена</i>		4
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (З – зачет)		3

*Приложение к рабочей
программе дисциплины*



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Маркетинговая деятельность предприятия

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Квалификация

бакалавр

г. Казань, 2021

Оценочные материалы по дисциплине Маркетинговая деятельность предприятия - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие дескрипторам достижения компетенции

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК 3.1 - Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели.

ОПК -4 - Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности.

ОПК-4.1- Способен принимать организационно-управленческие решения и проводить оценку новым рыночным возможностям на основе анализа эффективности использования ресурсов

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: выполнение практических заданий; тестирование.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 1 курс 2 семестр. Форма промежуточной аттестации зачет.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

1.Технологическая карта

Семестр 2

Номер раздела/ темы дисциплины	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Код индикатора достижения компетенций	Уровень освоения дисциплины, баллы				
				неудов-	удов-но	хорошо	отлич-	
				не за-	зачтено			
				низкий	ниже среднего	средний	высокий	
Текущий контроль успеваемости								
1.	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	<i>Тест, практическое задание</i>	УК 3.1- 31, ОПК- 4.2-31	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5	
2	Изучение теоретического материала, подготовка к практи-	<i>деловая игра, тест</i>	УК 3.1- 31, ОПК- 4.1-31	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5	

	ческому занятию						
3	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	<i>Тест, практическое задание</i>	УК 3.1-У1 ОПК 4.1 – У1	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5
4	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	<i>Тест, практическое задание</i>	УК 3.1-У1 ОПК 4.1 – У1	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5
5	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	<i>Тест, практическое задание</i>	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5
6	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	<i>Тест, практическое задание</i>	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5
7	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	<i>Тест, практическое задание</i>	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5
8	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	<i>Тест, практическое задание</i>	УК 3.1 – В1 ОПК 4.1 – В1	0-6,8	6,8-8,6	8,6-11	11-12,5
Итого баллов				0-54	55-69	70-84	85-100

2. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
Деловая (ДИ) и/или ролевая игра (РИ)	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
Практическое задание (ПЗ)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задание направлено на оценивание компетенций по дисциплине, содержит четкую инструкцию по выполнению или алгоритм	Комплект задач и заданий
Тест (Тест)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Комплект тестовых заданий

3. Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости обучающихся

3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	Тест
Представление и содержание оценочных материалов	В течение семестра изучение дисциплины разделено на 4 модуля. В конце каждого модуля проводится тестирование. Полная база тестов по дисциплине содержит более 250 тестов. Для каждого модуля формируется тест из 15-20 вопросов по пройденному материалу с заданиями разных типов (закрытые, открытые, выбор пропущенных слов, выбор - да-нет, тесты на упорядочение, на установление соответствия) для выполнения с использованием компьютерной техники.

	<p style="text-align: center;"><i>Примеры тестовых заданий</i></p> <p>1. Несмотря на наличие значительного числа определений маркетинга, в каждом из них есть нечто общее, а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) приоритет производителя; б) приоритет конкурента; в) приоритет посредника; г) приоритет потребителя <p>2. Какое из указанных действий не входит в маркетинговую деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) проведение презентации товаров фирмы; б) разработка рекламного проспекта; в) выбор технологии производства; г) разработка стратегии ценообразования. <p>4. Теорию мотивации, главной идеей которой является положение о том, что поведение людей мотивируется тремя базовыми обучаемыми потребностями (потребностью в достижении, принадлежности и власти), предложил:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Фрейд; б) Маслоу; в) Мак Клелланд; г) Мюррей.
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Оценка результатов тестирования проводится по следующей шкале тестирования.</p> <p style="text-align: center;"><i>Шкала оценивания результатов:</i></p> <p><i>1. Знание материала</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> решение теста не вызвало затруднений, ответы верные – 4 балла; <input type="checkbox"/> решение теста вызвало затруднения, имеются негрубые ошибки – 2 балл; <input type="checkbox"/> тест не решен, имеются грубые ошибки – 0 баллов; <p>Максимальное количество баллов – 4 балла</p>
<p>Наименование оценочного средства</p>	<p style="text-align: center;">Практические задания</p>

	<p>Посредники – это оптовые и розничные фирмы, предприятия, магазины, конторы и другие организации, а также отдельные лица (брокеры, торговые агенты, комиссионеры, коммивояжеры и др.), участвующие в реализации продукции фирмы-изготовителя потребителям. Подберите следующим торговым посредникам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) агент, 2) дилер, 3) брокер, 4) оптовик-консигнант, 5) оптово-посредническая фирма, их характеристики: <ol style="list-style-type: none"> а) оптовые посредники с ограниченным циклом обслуживания покупателей, осуществляющие поставку товаров непищевого ассортимента, их размещение в торговых залах гастрономов, кондитерских, кафе и др.; б) предприятие, осуществляющее сбыт продукции промышленно-технического назначения и полное сервисное обслуживание, включающее предпродажный, послепродажный, гарантийный и послегарантийный сервис; в) независимый оптовый посредник, участвующий в реализации продукции и не получающий право собственности на реализуемые товары; г) торговый посредник, закупающий на правах собственности продукцию у агентов фирм изготовителей и затем на правах «исключительного продавца» продающий ее в личное пользование покупателям своего района обслуживания; д) юридически самостоятельное лицо, которое может вести дела сразу нескольких предприятий, получая вознаграждение, в зависимости от объема сбыта или по договорному тарифу. <p>Критерии оценивания</p> <p><i>1. Знание материала</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 3 балла; <input type="checkbox"/> содержание материала раскрыто неполно, показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала – 1 балл; <input type="checkbox"/> не раскрыто основное содержание учебного материала – 0 баллов; <p><i>2. Применение конкретных примеров</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 3 балла; <input type="checkbox"/> приведение примеров вызывает затруднение – 1 балл; <input type="checkbox"/> неумение приводить примеры при объяснении материала – 0 баллов;
--	--

<p>Наименование оценочного средства</p>	<p style="text-align: center;">Деловая игра</p> <p style="text-align: center;">«Подбор и расстановка персонала управления»</p> <p>Цель: закрепление полученных по теме «Управление маркетингом» знаний; воспитание инициативы; формирование умений нести ответственность за принятие решений и навыков работы в команде.</p> <p>Участники игры: Академическая группа делится на команды, в состав которых входят не более 4-5 человек</p> <p>Начальник службы маркетинговых исследований коммерческой фирмы через несколько дней уходит на пенсию по возрасту. Начальнику службы по работе с персоналом поручено подобрать кандидатов на замещение освобождающейся должности. В резерве кадрового департамента фирмы кандидатами на должность значились двое: зам. начальника службы Петров и главный специалист службы Антонов.</p> <p>Кроме того, на эту должность была предложена кандидатура специалиста другой службы - Русакова, а также - кандидатура Блинова, изъявившего желание по личным соображениям поступить на работу в фирму по рекомендации со стороны.</p> <p>Студентам предлагается:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выбрать на место уходящего на пенсию начальника службы маркетинговых исследований из четверых кандидатов наиболее подходящего; 2. Обосновать свое решение на основе разработанной для данной ситуации системы оценки кандидатов по объективным критериям, характеризующим их личные и деловые качества (табл. 1). <p>Ход игры.</p> <p>Характеристика службы маркетинговых исследований</p> <p>Служба маркетинговых исследований коммерческой фирмы изучает проблемы, связанные с внутренним и внешним рынками сбыта производимой продукции. В задачи службы входит качественное исследование рынка, сбор необходимой информации, ее обработка с использованием средств вычислительной техники, а также организация и проведение рекламной деятельности.</p> <p>Как известно, на рынке идет жесткая конкурентная борьба. Конкретная фирма пытается освоить и расширить не только внутренний рынок, но и особенно внешние (бывшие республики СССР и государства бывшей социалистической системы). Однако фирма, соблюдая свой достаточно высокий имидж, стремится делать это цивилизованно, не нарушая сложившихся законов рыночных отношений.</p> <p>Характеристика кандидатов на должность</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Петров - возраст 50 лет. Имеет среднее техническое образование, служил в армии, демобилизовался в звании капитана. На фирме работает с 1991 г. в должности зам. начальника службы. Оказывает большую помощь начальнику службы маркетинговых исследований в организации ее деятельности. Активно проводил мероприятия по реорганизации службы, по оснащению рабочих мест современной техникой. Инициативен, однако решения принимает не быстро и осторожно. Любимая его поговорка: "Семь раз отмерь, один раз отрежь". С окружающими общителен, вежлив. Порой недостаточно требователен. Увлекается рыбной ловлей. Иногда болеет, женат, имеет сына. 2. Антонов - главный специалист этой службы. Возраст - 40 лет. Высшее образование. На фирме работает с 1992 г в качестве главного специалиста службы маркетинга. В решении производственных и иных вопросов Антонов не особенно инициативен. Однако всегда весьма охотно поддерживает полезную творческую мысль, и часто бывает более напорист и энергичен, чем сам автор предложения. <p>Антонов - очень исполнительный, требовательный, даже строгий. Внешне - всегда опрятный, сосредоточенный. Принципиальный. С окружающими придерживается официальных служебных отношений. С рабочими шутит редко, молчалив. К нарушителям трудовой дисциплины и недобросовестным работникам относится нетерпимо. Сотрудники уважают Антонова.</p> <p>Увлекается шахматами, однако сам играет редко. Предпочитает давать советы играю-</p>
--	--

шим, особенно проигрывающему (с согласия другого партнера). Получает большое удовольствие, когда игрок при его помощи выигрывает.

Женат, имеет двоих детей. Пользуется репутацией примерного семьянина. Здоров.

3. Русаков - специалист другой службы. Возраст - 27 лет. Образование высшее, инженер. На фирме работает после окончания института.

Русаков инициативен, проявляет творческую смелость при принятии различных решений. Однако часто ошибается. Чувствуется недостаток опыта. Целеустремленный, темпераментный, энергичный, во всем старается разобраться, постоянно советуется с опытными работниками фирмы. Легко вступает в спор со всеми, вплоть до руководителя фирмы. Убеждаясь в ошибочности своих предложений, быстро от них отказывается.

Русаков читает много отечественной и иностранной периодической литературы. Редко придерживается официальных отношений. Со всеми общителен, любит шутить. Хорошо знает настроения рабочих, их запросы и интересы.

Здоров. Увлекается спортом. Женат. Детей нет.

4. Блинов - 38 лет; инженер-экономист. Образование высшее. Работает в коммерческих фирмах с 1991 г., как правило, в финансовых службах. Избирался депутатом городской думы. Имеет значительные деловые связи и авторитет в коммерческих фирмах.

Блинов мало знает о конкретной коммерческой фирме, но имеет солидные рекомендации от деловых партнеров фирмы. Человек энергичный, принципиальный. Квалифицированный специалист.

Принятие решений о назначении на должность

Процесс принятия решений достаточно стандартный: возникновение проблемы, сбор информации о претендентах на должность, разработка вариантов решения, выбор оптимального и его принятие.

Преподаватель и студенты при принятии решения действуют в соответствии с установленной методикой проведения деловых игр.

Таблица 1. Схема примерной системы оценки кадров

№ п/п	Требования к претенденту (группы данных, характеризующих личность)	Качества	
		желательные	нежелательные
	Психологические	Холерик, психологически уравновешенный	Эмоционально - возбудимый, вспыльчивый, раздражительный
	Деловые	Квалификация, специальность, образование, опыт руководящей работы	Низкая квалификация, отсутствие высшего образования
	Моральные	Чуткость, тактичность, вежливость, справедливость,	Черствость, грубость, пристрастность, необъективность

		сдержанность	
--	--	--------------	--

Критерии оценивания:

1. Знание материала

- содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 3 балла;
- содержание материала раскрыто неполно, показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала – 2 балл;
- не раскрыто основное содержание учебного материала – 0 баллов;

2. Последовательность изложения

- содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 3 балла;
- последовательность изложения материала недостаточно продумана – 2 балл;
- путаница в изложении материала – 0 баллов;

3. Владение речью и терминологией

- материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии – 3,5 балла;
- в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 2 балл;
- допущены ошибки в определении понятий – 0 баллов;
- неумение приводить примеры при объяснении материала – 0 баллов;
- полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – 0 баллов;

Количество баллов: максимум – 12,5 б.