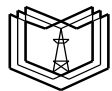


АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024



КГЭУ

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института цифровых

технологий и экономики

Наименование института

_____ Э.И. Беляев
«30» мая _____ 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.01.01.05 Социологические методы формирования маркетинговых стратегий

Направление подготовки _____ 39.03.01 Социология _____

Направленность(и)
(профиль(и)) _____ Экономическая социология и маркетинг _____

Квалификация _____ Бакалавр _____

г. Казань, 2023

Программу разработал(и):

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
СПП	доцент, кандидат социологических наук, доцент	Нуруллина Э.Р.

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	СПП	17.05.2023	№5	_____ Зав.каф., д.п.н., проф. Мухарямов Н. М..
Согласована	СПП	17.05.2023	№5	_____ Зав.каф., д.п.н., проф. Мухарямов Н.М.
Согласована	Учебно-методический совет ИЦТЭ	30.05.2023	№7	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.
Одобрена	Ученый совет ИЦТЭ	30.05.2023	№9	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины Социологические методы формирования маркетинговой стратегии является социологическое изучение методических основ маркетингового планирования; дать обучающимся представление о сущности и задачах стратегического маркетинга, его месте и значимости в современных условиях, о механизмах и методах формирования

Задачами дисциплины являются:

- изучить основы маркетингового планирования с применением социологических методов;
- рассмотреть ключевые показатели эффективности;
- овладеть навыками разработки стратегического плана маркетинга;
- научиться разрабатывать тактический маркетинговый план по товару, рынку, сегменту;
- овладеть навыками построения маркетингового бюджета;
- овладеть социологическими методами определения конкурентной цены на товар, изучить основные стратегии ценообразования.

Компетенции и индикаторы, формируемые у обучающихся:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора
ПК-1 Способен к социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения	ПК-1.1 Детализирует технологию сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии
ПК-3 Способен разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование	ПК-3.2 Применяет методологию и методы социологических и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности
ПК-4 Способен анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности	ПК-4.2 Описывает результаты статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования, разрабатывает аналитическую отчетность
ПК-5 Способен предлагать экономически обоснованные решения профессиональных организационно-управленческих задач	ПК-5.2 Предлагает социально-значимые и экономически обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

2. Место дисциплины в структуре ОП

Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.

Подготовка и проведение социологического и маркетингового исследования; Теория измерений в социологии и маркетинге; Социально-экономическое прогнозирование и проектирование; Интернет-маркетинг и маркетинг в социальных сетях; Социально-экономическое прогнозирование и проектирование; Социология предпринимательства, финансово-экономического поведение и потребления; Международная практика маркетинговых и социологических исследований; Социология брендов; Производственная практика (по получению профессиональных умений и навыков); Производственная практика (проектно-технологическая)

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.

Организация социологических и маркетинговых служб; Социологическое сопровождение маркетинговых кампаний; Анализ рынков в социологических и маркетинговых исследованиях; Методы прикладной статистики для социологов и маркетингов; Основы кодирования и математического моделирования в социологии и маркетинге; Социология организаций и управления; Производственная практика (преддипломная); Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			7
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА*	-	52	52
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	1,3	46	46
Лекции	0,5	16	16
Практические (семинарские) занятия	0,8	30	30
Лабораторные работы	-	-	-
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	1,7	62	62
Проработка учебного материала	1,7	62	62
Курсовой проект	-	-	-
Курсовая работа	-	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации	-	-	-
Промежуточная аттестация:			3
			-

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			4
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА	-	27	27
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	0,5	18	18
Лекции	0,2	6	6
Практические (семинарские) занятия	-	-	-
Лабораторные работы	0,3	12	12
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	2,5	90	90
Проработка учебного материала	2,4	86	86
Курсовой проект	-	-	-
Курсовая работа	-	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации	0,1	4	4
Промежуточная аттестация:			3
			-

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Всего часов	Распределение трудоемкости по видам учебной работы				Формы и вид контроля	Индексы индикаторов формируемых компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
Раздел 1	34	4	-	10	20	ТК1	ПК-3.2 31, 32, ПК-3.2 У1, У2, ПК-3.2 В1, ПК-5.2 31, ПК-5.2 У1, ПК-5.2 В1
Раздел 2	36	6	-	10	20	ТК2	ПК-1.1 31, ПК-1.1 У1, ПК-1.1 В1, ПК-3.2 31, 32, ПК-3.2 У1, У2, ПК-3.2 В1, ПК-4.2 31, ПК-4.2 У1, У2, У3, У4, У5 ПК-4.2 В1, В2, В3, В4 ПК-5.2 31, ПК-5.2 У1, ПК-5.2 В1
Раздел 3	38	6	-	10	22	ТК3	ПК-1.1 31, ПК-1.1 У1, ПК-1.1 В1 ПК-4.2 31, ПК-4.2 У1, У2, У3, У4, У5 ПК-4.2 В1, В2, В3, В4
Зачет						ОМ1	ПК-1.1 31, ПК-1.1 У1, ПК-1.1 В1, ПК-3.2 31, 32, ПК-3.2 У1, У2, ПК-3.2 В1, ПК-4.2 31, ПК-4.2 У1, У2, У3, У4, У5 ПК-4.2 В1, В2, В3, В4

							ПК-5.2 З1, ПК-5.2 У1, ПК-5.2 В1
ИТОГО	108	16	-	30	62		

3.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Концепция стратегического маркетинга. Применение методологии и методов социологических и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования. Принятие решений в стратегическом маркетинге и менеджменте.

Тема 1.1. Понятие стратегии. Цели и назначение процесса оперативно-тактического планирования в бизнесе.

Тема 1.2 Составные части тактического и оперативного маркетингового планирования.

Тема 1.3. Стратегическое планирование: сущность, основные компоненты. Миссия и видение. Ключевые цели и задачи организации.

Тема 1.4. Принятие стратегических решений. Уровни стратегических решений. Этапы разработки маркетинговой стратегии организации.

Тема 1.5. Концепция стратегического маркетинга.

Тема 1.6. Применение методологии и методов социологических и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования.

Тема 1.7. Принятие решений в стратегическом маркетинге и менеджменте

Раздел 2. Стратегический маркетинговый анализ внешней среды организации и конкурентов в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности.

Тема 2.1. Технологии расчета и выбора стратегических альтернатив. Модели анализа внешней среды: SWOT –анализ, PEST, CE/McKinsey, ADL/LG, GAP- анализ.

Тема 2.2. Методы стратегического анализа в профессиональной проектной деятельности. Методы оценки конкурентоспособности.

Тема 2.3. Теория конкурентных сил и ее методологическая основа (М. Портера). Диагностика факторов конкурентной среды.

Тема 2.4. Построение позиционных карт стратегических групп конкурентов. Бенчмаркинг. Доля рынка и потенциал сбыта.

Тема 2.5. Стратегический маркетинговый анализ внешней среды организации и конкурентов в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности.

Раздел 3. Стратегический маркетинговый анализ внутренней среды организации в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной

проектной деятельности.

Тема 3.1 Характеристика потенциала фирмы и анализ ее конкурентоспособности.

Тема 3.2. Методология оценки конкурентоспособности организации, ее продукции.

Тема 3.3. Анализ «цепочки ценности» и «системы ценности» организации М. Портера. Модель «7 S» McKinsey. Ключевые компетенции.

Тема 3.4. Маркетинговое планирование конкурентоспособности в профессиональной проектной деятельности.

Тема 3.5. Создание конкурентных преимуществ.

Тема 3.6. Стратегический маркетинговый анализ внутренней среды организации в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности.

3.4. Тематический план практических занятий

1. Стратегический и операционный маркетинг. Дерево целей.
2. Выбор стратегических альтернатив и применение методологии и методов социологических и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности Концепция стратегического маркетинга.
3. Применение методологии и методов социологических и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования.
4. Принятие решений в стратегическом маркетинге и менеджменте.
5. Социологический анализ привлекательности
6. Ситуационный анализ. Сегментационный анализ в профессиональной проектной деятельности. Анализ конкурентных сил в отрасли (по Портеру).
7. SWOT-анализ.
8. ABC – анализ и XYZ – анализ ассортимента.
9. Стратегический маркетинговый анализ внешней среды организации и конкурентов в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности.
10. Agile-маркетинг: сущность, основные принципы.
11. SMART принципы целеполагания в маркетинговом планировании в профессиональной проектной деятельности.
12. Стратегический маркетинговый анализ внутренней среды организации в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности.

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

3.6. Курсовой проект /курсовая работа

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

4. Оценивание результатов обучения

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

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК-1	ПК-1.1	знать:				
		детализацию технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	<i>Уровень знаний детализацию технологий и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</i>	<i>Уровень знаний детализацию технологий и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>Уровень знаний детализацию технологий и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии в объеме, соответствующем программе, имеет место много негрубых ошибок</i>	<i>Уровень знаний детализацию технологий и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии и ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</i>
уметь:						

		<p>детализировать технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии</p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения детализации и технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</i></p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения детализации и технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые недочетами</i></p>	<p><i>Продемонстрированы основные умения детализации и технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i></p>	<p><i>При решении стандартных задач продемонстрированы основные умения детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии имеют место грубые ошибки</i></p>
владеть:						
	<p>навыками детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии</p>	<p><i>Продемонстрированы навыки детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</i></p>	<p><i>Продемонстрированы базовые навыки детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые недочетами</i></p>	<p><i>Имеется минимальный набор навыков детализации и технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i></p>	<p><i>При решении стандартных задач продемонстрированы базовые навыки детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i></p>	<p><i>При решении стандартных задач продемонстрированы базовые навыки детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i></p>

			ных задач без ошибок и недочетов	стандартных задач с некоторыми недочетами	методической стратегии, стандартных задач с некоторыми недочетами	и выбранной методической стратегии, имеют место грубые ошибки
ПК-3	ПК-3.2.	знать:				
		<p>Основы социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований; (31). Основы и закономерности функционирования социологической науки, принципы соотношения методологии и методов социологического познания в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; (32).</p>	<p>Уровень знаний основ социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований; основ и закономерностей функционирования социологической науки, принципов соотношения методологии и методов социологического познания в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; в объеме, соответствующем</p>	<p>Уровень знаний основ социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований; основ и закономерностей функционирования социологической науки, принципов соотношения методологии и методов социологического познания в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; в объеме, соответствующем программе,</p>	<p>Минимально допустимый уровень знаний основ социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований; вых исследований; основ и закономерностей функционирования социологической науки, принципов соотношения методологии и методов социологического познания в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; имеет</p>	<p>Уровень знаний основ социологической теории и методов социологических и маркетинговых исследований; основ и закономерностей функционирования социологической науки, принципов соотношения методологии и методов социологического познания в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования;</p>

			<i>программе подготовки, без ошибок</i>	<i>имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>место много негрубых ошибок</i>	<i>ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</i>
		уметь:				
		<p>Анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; (У1). Формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; Разрабатывать исследовательский инструментариий социологического и маркетингового исследования; (У2).</p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; разрабатывать исследовательский</i></p>	<p><i>Продемонстрированы все основные умения анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; разрабатывать исследовательский</i></p>	<p><i>Продемонстрированы основные Умения анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; разрабатывать исследовательский инструмен</i></p>	<p><i>При решении стандартных задач продемонстрированы основные умения анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий к конкретному проекту; формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; разрабатывать</i></p>

			инструментарий социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	инструментарий социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	тарий социологического и маркетингового исследования, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	исследовательский инструментарий социологического и маркетингового исследования имеют место грубые ошибки
владеть:						
	Навыками по проведению переговоров, взаимодействие с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; (В1).	Продемонстрированы навыки по проведению переговоров, взаимодействие с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования без ошибок и недочетов	Продемонстрированы базовые навыки по проведению переговоров, взаимодействие с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования с некоторыми недочетами	Имеется минимальный набор навыков по проведению переговоров, взаимодействие с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования с некоторыми недочетами	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки по проведению переговоров, взаимодействие с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования имеют место грубые ошибки	

		Знать				
ПК-4	ПК-4.2	Нормативные документы по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; (31).	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
		Уметь				
		структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; (У1). Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; (У2). Давать независимую, самостоятельную оценку научному	Продемонстрированы все основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; и оценивать информационные источники, научные	Продемонстрированы все основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; и оценивать информационные источники, научные	Продемонстрированы основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; анализировать возможные применения социологических методов,	При решении стандартных задач продемонстрированы основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; анализировать и оценивать информационные

	<p>тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; (У3). Составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; (У4). Получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников; (У5).</p>	<p>тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования;</p>	<p>тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования;</p>	<p>методик, технологий к конкретному проекту; формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в профессиональной проектной деятельности; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования;</p>	<p>источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в профессиональной проектной деятельности; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников; составлять структурированную</p>
--	--	---	---	---	---

			<i>оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</i>	<i>оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</i>	<i>отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i>	<i>библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования, имеют место грубые ошибки</i>
		Владеть				
		навыками по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения структурировать	<i>Продемонстрированы навыки по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков по проведению переговоров, взаимодействию с заказчиком социологического и маркетингового исследования</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки по проведению переговоров, взаимодействию с заказчиком социологического</i>

		<p>ь информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; (B1). Интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования; (B2). Навыками по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников;</p>	<p>программно-обеспечения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования навыки по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-</p>	<p>ующего программно-обеспечения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования навыки по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной</p>	<p>я по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения структурировать информацию в процессе анализа данных социологического и маркетингового профессиональной деятельности; интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования навыки по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования</p>	<p>ского и маркетингового исследования по анализу данных социологического и маркетингового исследования с применением соответствующего программного обеспечения структурировать информацию в процессе анализа данных социологического и маркетингового исследования навыков по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического</p>
--	--	--	--	--	--	---

		<p>транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; (ВЗ). Навыками по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологическ</p>	<p>технической документации и (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, интервью, видео - и аудиозаписей структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности и навыки по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в</p>	<p>отчетно-технической документации и (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, интервью, видео - и аудиозаписей структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности и навыки по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования</p>	<p>исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, интервью, видео - и аудиозаписей структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности и навыки по составлению</p>	<p>ского и маркетингового исследования: итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, интервью, видео - и аудиозаписей структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности и навыки</p>
--	--	---	---	---	--	--

		ого и маркетингового исследования; (В4).	соответствии с требованиями и заказчика или внутренними требованиями и компании, разработки, предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования без ошибок и недочетов	в соответствии с требованиями и заказчика или внутренними требованиями и компании, разработки, предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования с некоторыми недочетами	ю отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки, предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования с некоторыми недочетами	по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки, предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования, имеют место грубые ошибки
ПК-5	ПК-5.2	знать - сущность и содержание социально-	Уровень знаний сущности и содержания	Уровень знаний сущности и содержания	Минимально допустимый уровень	Уровень знаний сущности и содержания

	<p>значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности (31);</p>	<p>социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</p>	<p>социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</p>	<p>знаний сущности и содержания социально-значимых экономических обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, имеет место много негрубых ошибок</p>	<p>социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</p>
<p>уметь</p>					
	<p>- объяснить алгоритм выработки социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. (У1);</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения объяснять алгоритм выработки социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения объяснять алгоритм выработки социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но</p>	<p>Продемонстрированы основные умения объяснять алгоритм выработки социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p>	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснять алгоритм выработки социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности имеют место грубые ошибки</p>

			<i>все задания в полном объеме</i>	<i>некоторые с недочетами</i>		
		Владеть				
		<i>- навыками предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности (В1).</i>	<i>Продемонстрированы навыки предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности для решения стандартных задач с некоторыми недочетами</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, имеют место грубые ошибки</i>

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины.

Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре разработчика.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Учебно-методическое обеспечение

5.1.1. Основная литература

1. Золотова, Т. В., Методы принятия управленческих решений: учебник / Т. В. Золотова. — Москва: КноРус, 2021. — 344 с. — ISBN 978-5-406-06706-2. — URL: <https://book.ru/book/938053>. — Текст: электронный.

2. Семенова, А. А., Стратегический менеджмент: учебное пособие / А. А. Семенова, М. Н. Кузина, Н. Ф. Лозик, Д. В. Царегородцев. — Москва: Русайнс, 2023. — 150 с. — ISBN 978-5-466-02073-1. — URL: <https://book.ru/book/947228>. — Текст: электронный.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Бронникова, Т. С., Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие / Т. С. Бронникова. — Москва: КноРус, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-406-11151-2. — URL: <https://book.ru/book/948686>. — Текст: электронный.

2. Захарова, И. В., Маркетинг в вопросах и решениях: учебное пособие / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. — Москва: КноРус, 2021. — 300 с. — ISBN 978-5-406-01944-3. — URL: <https://book.ru/book/940042>. — Текст: электронный.

5.2. Информационное обеспечение

5.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

1. Энциклопедия, словари, справочники, <https://www.rubicorm.com/>;
2. Научная электронная библиотека с eLIBRARY.RU, <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>;
3. Электронная библиотека диссертаций (РГБ), <http://diss.rsl.ru/>;
4. Национальная электронная библиотека (НЭБ), <https://rusneb.ru/>;
5. КиберЛенинка, <https://cyberleninka.ru/article>;
6. Социологические исследования, <http://socis.isras.ru/>.

5.2.2. Профессиональные базы данных / Информационно-справочные системы

1. Фонд «Общественное мнение», <https://fom.ru/>;
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения, <https://www.wciom.ru/>;
3. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент», <http://ecsocman.hse.ru/>;
4. Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской Академии наук, <https://www.isras.ru/>.

5.2.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

1. Windows 7 Профессиональная (Pro) Пользовательская операционная система "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно.

2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+ Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы ЗАО "СофтЛайнТрейд" №21/2010 от 04.05.2010 Неискл. право. Бессрочно.

3. Браузер Chrome Система поиска информации в сети интернет Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно.

4. LMS Moodle ПО для эффективного онлайн-взаимодействия преподавателя и студента Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно.

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование вида учебной работы	Наименование учебной аудитории, специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран). Оснащение: доска аудиторная, переносное оборудование - мультимедийный проектор (2 шт.), экран, ноутбук (3 шт.) Программное обеспечение: 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. 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. Браузер Chrome. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.
Самостоятельная	Компьютерный класс с	Специализированная учебная мебель на 30

работа	выходом в Интернет В-600а	посадочных мест, 30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение

7. 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.

8. 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 эстетической картины мира;

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

- 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.

Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год

№ п/п	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей дисциплину	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит выпускающая
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					

*Приложение к рабочей
программе дисциплины*



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

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине**

Б1.В.ДЭ.01.01.05 Социологические методы формирования маркетинговых стратегий

Направление подготовки _____ 39.03.01 Социология _____

Направленность (профиль) _____ Экономическая социология и маркетинг _____

Квалификация _____ Бакалавр _____

г. Казань, 2023

Оценочные материалы по дисциплине Социологические методы формирования маркетинговых стратегий, предназначены для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций.

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

1. Технологическая карта

Семестр 7

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК2	III текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК3	Итого	Промежуточная аттестация
Раздел 1. « Концепция стратегического маркетинга. Применение методологии и методов социологических и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования»	ТК1	15	0-15					15-30	15-30
Доклад		10							
Коллоквиум		5							
Презентация			0-15						
Раздел 2. «Стратегический маркетинговый анализ внешней среды организации и конкурентов в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности»	ТК2			15	0-15			15-30	15-30
Доклад				10					
Коллоквиум				5					
Презентация					0-15				
Раздел 3. « Стратегический маркетинговый анализ	ТК3					25	0-15	25-40	25-40

внутренней среды организации в профессиональной проектной деятельности в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности»									
Доклад						15			
Коллоквиум						10			
Презентация							0-15		
Промежуточная аттестация (зачет)	ОМ								0-45
В письменной форме по билетам									0-45

2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК-1	ПК-1.1	знать:				
		детализацию технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	Уровень знаний детализацию технологии и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	Уровень знаний детализацию технологии и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	Уровень знаний детализацию технологии и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	Уровень знаний детализацию технологии и сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии

			<i>в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</i>	<i>в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</i>	<i>в объеме, соответствующем программе, имеет место много негрубых ошибок</i>	<i>стратегии и ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</i>
		уметь:				
	детализировать технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии	<i>Продемонстрированы все основные умения детализации и технологии сбора социологической информации и применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</i>	<i>Продемонстрированы все основные умения детализации и технологии сбора социологической информации и применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</i>	<i>Продемонстрированы основные умения детализации и технологии сбора социологической информации и применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии имеют место грубые ошибки</i>	
		владеть:				
	навыками детализации технологии сбора социологической информации применительно к условиям исследования и	<i>Продемонстрированы навыки детализации технологии сбора социологической информации применительно</i>	<i>Продемонстрированы базовые навыки детализации технологии сбора социологической информации</i>	<i>Имеется минимальный набор навыков детализации и технологии сбора социологической</i>	<i>При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки детализации технологий</i>	

		особенностям выбранной методической стратегии	но к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, при решении нестандарт- ных задач без ошибок и недочетов	применитель но к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, при решении стандарт- ных задач с некоторыми недочетами	информаци и применитель но к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, стан- дартных задач с некоторыми недочетами	сбора социологиче ской информации применитель но к условиям исследования и особенностям выбранной методической стратегии, имеют место грубые ошибки
ПК-3	ПК-3.2.	знать: Основы социологическ ой теории и методов социологическ их и маркетинговых исследований; (31). Основы и закономерност и функционирова ния социологическ ой науки, принципы соотношения методологии и методов социологическ ого познания в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологическ ого и маркетинговог о	Уровень знаний основ социологиче ской теории и методов социологиче ских и маркетинго вых исследовани й; основ и закономерн остей функционир ования социологиче ской науки, принципов соотношен ия методологи и и методов социологиче ского познания в процессе разработки проекта в области экономичес кой социологии и маркетинга	Уровень знаний основ социологиче ской теории и методов социологиче ских и маркетинго вых исследовани й; основ и закономерн остей функционир ования социологиче ской науки, принципов соотношен ия методологи и и методов социологиче ского познания в процессе разработки проекта в области экономичес кой социологии и маркетинга	Минимальн о допустимы й уровень знаний основ социологиче ской теории и методов социологиче ских и маркетинго вых исследовани й; основ и закономерн остей функционир ования социологиче ской науки, принципов соотношен ия методологи и и методов социологиче ского познания в процессе разработки проекта в области экономичес кой	Уровень знаний основ социологич еской теории и методов социологич еских и маркетинг овых исследован ий; основ и закономерн остей функциони рования социологич еской науки, принципов соотношен ия методолог ии и методов социологич еского познания в процессе разработк и проекта в области экономичес кой социологии

	исследования; (32).	, проведения социологиче ского и маркетинго вого исследовани я; в объеме, соответст вующем программе подготовки, без ошибок	, проведения социологиче ского и маркетинго вого исследовани я; в объеме, соответст вующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	социологии и маркетинга , проведения социологиче ского и маркетинго вого исследовани я; имеет место много негрубых ошибок	и маркетинг а, проведения социологич еского и маркетинг ового исследован ия; ниже минимальны х требований, имеют место грубые ошибки
уметь:					
	Анализировать возможность применения социологическ их методов, методик, технологий к конкретному проекту; (У1). Формулировать цели, ставить конкретные задачи социологическ их и маркетинговых исследований в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологическ ого и маркетинговог о исследования; Разрабатывать исследовательск ий инструментари й	Продемонс трированы все основные умения анализирова ть возможнос ть применения социологиче ских методов, методик, технологий к конкретном у проекту; формулиров ать цели, ставить конкретные задачи социологиче ских и маркетинго вых исследовани й в процессе разработки проекта в области экономичес кой социологии и маркетинга , проведения	Продемонс трированы все основные умения анализирова ть возможнос ть применения социологиче ских методов, методик, технологий к конкретном у проекту; формулиров ать цели, ставить конкретные задачи социологиче ских и маркетинго вых исследовани й в процессе разработки проекта в области экономичес кой социологии и маркетинга , проведения	Продемонс трированы основные Умения анализирова ть возможнос ть применения социологиче ских методов, методик, технологий к конкретном у проекту; формулиров ать цели, ставить конкретные задачи социологиче ских и маркетинго вых исследовани й в процессе разработки проекта в области экономичес кой социологии и маркетинга , проведения	При решении стандартн ых задач не продемонст рированы основные умения анализирова ть возможност ь применения социологиче ских методов, методик, технологий к конкретном у проекту; формулиров ать цели, ставить конкретные задачи социологиче ских и маркетинго вых исследовани й в процессе разработки проекта в области экономическ ой социологии и

		<p>социологического и маркетингового исследования; (У2).</p>	<p>социологического и маркетингового исследования; разработать исследовательский инструмент социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</p>	<p>социологического и маркетингового исследования; разработать исследовательский инструмент социологического и маркетингового исследования, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p>	<p>ского и маркетингового исследования; разработать исследовательский инструмент социологического и маркетингового исследования, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме</p>	<p>маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования; разработать исследовательский инструмент социологического и маркетингового исследования имеют место грубые ошибки</p>
<p>владеть:</p>						
		<p>Навыками по проведению переговоров, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового исследования;</p>	<p>Продемонстрированы навыки по проведению переговоров, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового</p>	<p>Продемонстрированы базовые навыки по проведению переговоров, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и маркетингового</p>	<p>Имеется минимальный набор навыков по проведению переговоров, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга, проведения социологического и</p>	<p>При решении стандартных задач продемонстрированы базовые навыки по проведению переговоров, взаимодействовать с заказчиком социологического и маркетингового исследования в процессе разработки проекта в области экономической социологии и маркетинга,</p>

		(В1).	исследования без ошибок и недочетов	ого исследования с некоторыми недочетами	маркетингового исследования с некоторыми недочетами	проведения социологического и маркетингового исследования имеют место грубые ошибки
		Знать				
ПК-4	ПК-4.2	Нормативные документы по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; (31).	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; имеет место несколько негрубых ошибок	Минимально допустимый уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний нормативных документов по оформлению научно-технической документации и научных отчетов по итогам исследования; ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки
		Уметь				
		структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; (У1). Анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты,	Продемонстрированы все основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной	Продемонстрированы все основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной	Продемонстрированы основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной	При решении стандартных задач продемонстрированы основные умения структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в

	<p>результаты других исследований; (У2). Давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности; (У3). Составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; (У4). Получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников; (У5).</p>	<p>проектной деятельности; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований; профессиональной проектной деятельности; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и</p>	<p>проектной деятельности; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований; профессиональной проектной деятельности; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и</p>	<p>деятельности; анализировать возможность применения социологических методов, методик, технологий конкретному проекту; формулировать цели, ставить конкретные задачи социологических и маркетинговых исследований; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований; получать социологическую и</p>	<p>профессиональной проектной деятельности; анализировать и оценивать информационные источники, научные тексты, результаты других исследований; давать независимую, самостоятельную оценку научному тексту структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований; профессиональной проектной деятельности; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования; получать социологическую и</p>
--	---	---	---	--	--

			<p>маркетинговую информацию из различных типов источников ; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования ; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования с отдельными и существенными недочетами, выполнены все задания в полном объеме</p>	<p>маркетинговую информацию из различных типов источников ; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования ; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами</p>	<p>исследований в профессиональной проектной деятельности ; составлять аналитические отчеты, презентации, аналитические записки по итогам социологического исследования ; получать социологическую и маркетинговую информацию из различных типов источников ; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования ; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования, решены типовые задачи с негрубыми</p>	<p>маркетинговую информацию из различных типов источников ; составлять структурированную библиографию для разработки темы социологического и маркетингового исследования ; оформлять профессиональную научно-техническую документацию исследования, имеют место грубые ошибки</p>
--	--	--	---	---	---	---

		<p>отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной</p>	<p>по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной</p>	<p>материалов по результатам социологического и маркетингового исследования : итогового аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокус - групп, глубинных, фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей</p>	<p>в анализа данных социологического и маркетингового исследования навыки по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования: итоги на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, подготовки профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей</p>	<p>интерпретации результатов анализа данных социологического и маркетингового исследования навыки по разработке научно-аналитических материалов по результатам социологического и маркетингового исследования: итоги аналитического отчета, презентации на его основе, резюме с выводами и рекомендациями, профессиональной отчетно-технической документации (базы данных по результатам массовых опросов, контент-анализа документальных источников; транскриптов фокусированных интервью, видео - и аудиозаписей</p>
--	--	---	---	--	--	--

		<p>социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования; (В4).</p>	<p>деятельности и навыки по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями и заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования без ошибок и недочетов</p>	<p>проектной деятельности и навыки по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями и заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования с некоторыми недочетами</p>	<p>и структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений по</p>	<p>интервью, видео - и аудиозаписей и структурировать информацию в процессе анализа данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности по составлению отчета по результатам контроля качества работы по сбору информации, контактных ведомостей), оформления отчета по итогам социологического и маркетингового исследования в соответствии с требованиями заказчика или внутренними требованиями компании, разработки предложений</p>
--	--	--	---	--	---	---

					<p>постановке и решению управленческих задач на основе результатов в социологического и маркетингового исследования с некоторыми недочетами</p>	<p>й по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования, имеют место грубые ошибки</p>
ПК-5	ПК-5.2	ЗНАТЬ				
		<p>- сущность и содержание социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности (31);</p>	<p>Уровень знаний сущности и содержания социально-значимых и экономических обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок</p>	<p>Уровень знаний сущности и содержания социально-значимых и экономических обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок</p>	<p>Минимально допустимый уровень знаний сущности и содержания социально-значимых и экономических обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в профессиональной деятельности ниже минимальных требований, имеют место много негрубых ошибок</p>	<p>Уровень знаний сущности и содержания социально-значимых и экономических обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки</p>
		УМЕТЬ				
		<p>- объяснить алгоритм выработки социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения объяснять алгоритм выработки социально-значимых и экономичес</p>	<p>Продемонстрированы все основные умения объяснять алгоритм выработки социально-значимых и экономичес</p>	<p>Продемонстрированы основные умения объяснять алгоритм выработки социально-значимых и экономичес</p>	<p>При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения объяснять алгоритм выработки</p>

		х решений в профессиональной деятельности. (У1);	ки обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	ки обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, все задания, но не в полном объеме	социально-значимых и экономических и обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности имеют место грубые ошибки
Владеть						
		- навыками предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности (В1).	Продемонстрированы навыки предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы базовые навыки предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Имеется минимальный набор навыков предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки предложения социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, имеют место грубые ошибки

Оценка «отлично» выставляется за выполнение за выполнение доклада, содержание которого раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с

точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами; за выполнение *заданий коллоквиума*; за выполнение *мультимедийной презентации*, где представлено логично выстроенное, структурированное содержание учебного материала, согласно выбранной тематике с использованием мультимедийных технологий; *за полные и содержательные ответы на вопросы билета*;

Оценка «хорошо» выставляется за выполнение *доклада*, содержание которого раскрыто и показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения материала, предусмотренного программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы; за выполнение *заданий коллоквиума* с некоторыми ошибками; за выполнение *мультимедийной презентации*, где представлено общее содержание учебного материала, согласно выбранной тематике с использованием мультимедийных технологий; *даны ответы на вопросы билета*;

Оценка «удовлетворительно» выставляется за выполнение *доклада*, содержание которого достаточно для дальнейшего изучения материала, предусмотренного программой дисциплины, но допущены грубые ошибки в использовании терминологии; *даны неполные ответы на вопросы билета*;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за слабое и неполное выполнение *докладов в семестре, заданий коллоквиума*.

3. 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	Описание оценочного средства
Доклад (Дкл), сообщение (Сбщ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Коллоквиум (К)	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Вопросы по темам / разделам дисциплины
Мультимедийная презентация (МП)	Представление содержания учебного материала с использованием мультимедийных технологий	Тематика презентаций

4. Перечень контрольных заданий или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Для текущего контроля ТК1:

Проверяемая компетенция: ПК-3 (ПК-3.2), ПК-5 (ПК-5.2)

Тематики докладов *ТК1*

1. Основные понятия стратегического планирования.
2. Оценка текущего состояния бизнеса.
3. Выбор миссии и стратегических целей.
4. Базисные стратегии развития организации и роль маркетинга в стратегическом планировании.
5. Маркетинговые стратегии российских промышленных предприятий.
6. Стратегический маркетинг в организации.
7. Роль маркетинга в управлении организацией.
8. Общие концепции планирования маркетинга.
9. Разработка плана маркетинга.
10. Конкретизация и оценка маркетинговой стратегии и мероприятий.
11. Разработка программ маркетинговой деятельности и организация планирования.
12. Организационные структуры управления маркетингом.
13. Место и роль маркетинговых служб на предприятии.
14. Контроль маркетинговой деятельности.
15. Формирование товарного ассортимента организации.
16. Товарная политика торгового предприятия.
17. Разработка новых товаров на российских предприятиях.
18. Ассортиментная политика предприятия.
19. Ценообразование в системе маркетинга.

Вопросы для коллоквиума к ТК1:

1. Стратегический маркетинг на рынке товаров и услуг предполагает
2. К функциям стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг не
3. Относятся
4. В системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг применяются
5. Маркетинговый подход в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг предполагает
6. Структурный подход в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг предполагает
7. Функциональный подход в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг предполагает
8. Сущность воспроизводственного подхода
9. Сущность нормативного подхода в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг, заключается

10. Сущность комплексного подхода в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг, заключается
11. Параметрический метод прогнозирования управленческих решений в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг заключается в том, что
12. Метод экстраполяции в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг заключается в том, что
13. Индексный метод в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг заключается в том

Дополнительные баллы к ТК1:

Темы для презентации к ТК1:

1. Стратегический маркетинг
2. Маркетинговый подход
3. Функциональный подход
4. Структурный подход
5. Воспроизводственный подход
6. Нормативный подход
7. Комплексный подход
8. Экспериментальный подход
9. Параметрический метод прогнозирования управленческих решений
10. Метод экстраполяции в системе стратегического маркетинга

Для текущего контроля ТК2:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.1), ПК-3 (ПК-3.2), ПК-4 (ПК-4.2), ПК-5 (ПК-5.2)

Тематики докладов *ТК2*

1. Адаптация цены: установление цены продаж.
2. Варьирование ценами: их снижение и повышение.
3. Ответные меры на изменение цен конкурентами.
4. Маркетинговый подход к ценообразованию.
5. Маркетинговые исследования цен на российском рынке.
6. Особенности конкурентного подхода к ценообразованию.
7. Взаимосвязь логистики и маркетинга.
8. Маркетинговая деятельность предприятий оптовой торговли.
9. Маркетинговый подход к сбытовой политике фирмы.
10. Розничная торговля: проблемы и перспективы развития маркетинга.
11. Маркетинг в деятельности посреднических организаций.
12. Особенности современного рекламного рынка России.
13. Методы стимулирования сбыта на российских предприятиях.
14. Использование Интернета в маркетинговой деятельности предприятия.
15. Многоуровневый (сетевой) маркетинг.
16. Составление матрицы Бостонской консультационной группы для конкретного предприятия.
17. Применение SWOT-анализа в деятельности маркетолога.

18. Разработка ценовой политики для конкретного товара.
19. Анализ конкурентоспособности цены.

Вопросы для коллоквиума к ТК2

1. Экспертный метод в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг заключается в том, что
2. К основным принципам проведения функционально-стоимостного анализа в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг относятся
3. Показатели прогнозирования спроса в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг
4. Показатели анализа динамики доли рынка в системе стратегического маркетинга на рынке товаров и услуг
5. Предельная цена – это
6. Факторы ценообразования (по Ф. Котлеру)
7. Укажите, с каким типом спроса связан Ремаркетинг
8. Укажите, с каким типом спроса связан Поддерживающий
9. Укажите, с каким типом спроса связан Стимулирующий
10. Концепция маркетинга заключается
11. Главная цель производственного маркетинга
12. Какой вид маркетинга целесообразно применять при чрезмерном спросе?
13. Какие основные задачи решает демаркетинг?
14. Какие элементы лежат в основе социально-этичного маркетинга

Дополнительные баллы к ТК2:

Темы для презентации к ТК2:

1. Функциональный подход
2. стоимостная оценка
3. системный подход
4. комплексный подход
5. динамический подход
6. стоимостная оценка
7. Предельная цена
8. Ремаркетинг
9. Демаркетинг
10. Поддерживающий маркетинг
11. Синхромаркетинг

Для текущего контроля ТК3:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.1), ПК-4 (ПК-4.2)

Тематики докладов ТК3

1. Стратегическое маркетинговое планирование.
2. Объект, предмет и методы прикладного маркетинга.
3. Стратегический и операционный маркетинг.
4. Цели и этапы процесса маркетингового планирования

5. Методы маркетингового исследования.
6. Инструменты коммуникационной политики
7. Составление профиля конкурента
8. Составление профиля потребителя.
9. Рыночная сегментация.
10. Способы и методы выбора целевых сегментов рынка.
11. Позиционирование товаров, услуг, компаний и организаций
12. Стратегии прикладного маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара.
13. Ассортиментная политика предприятия.
14. Планирование товарного ассортимента.
15. Разработка новой продукции: процесс, риски и критерии оценки.
16. Дистрибутивная политика предприятия.
17. Принципы и практические рекомендации по созданию дилерской сети.
18. Методы и стратегии ценообразования.
19. Ценообразование на разных этапах ЖЦТ.

Вопросы для коллоквиума к ТКЗ:

1. Какой тип маркетинга применяется при отрицательном характере спроса на рынке
 2. Исторической предпосылкой возникновения маркетинга является
 3. Сущность концепции «социально-этического» маркетинга заключается
 4. Принципы, на основе которых реализуется функциональный маркетинг, объединяются концепцией
 5. Особенность современного этапа мирового развития маркетинга заключается
 6. Когда затраты на производство единицы товара достаточно велики и их
 7. Необходимо уменьшить за счет массового изготовления продукции вполне оправдан подход
 8. Целями концепции социально-этического маркетинга являются, стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары, имеющие высшее качество, соответствует маркетинговой концепции
 9. Концепция ... основана на утверждении о том, что потребитель отдаст предпочтение товарам, которые широко распространены и доступны по цене
 10. Концепция ... основана на утверждении о том, что потребитель отдаст предпочтение товарам, качество, свойства и характеристики которых постоянно улучшаются
 11. Концепция, основанная на том, что потребители не будут активно покупать
 12. Основой концепции социально-этичного маркетинга являются идеи
 13. Утверждение «не пытайтесь производить то, что продается кое-как, а производите то, что будет безусловно куплено» характерно
- Дополнительные баллы к ТКЗ:

Темы для презентации к ТКЗ:

1. Организация взаимоотношений с коммерческими агентами
2. Значение имиджа предприятия в сфере услуг.
3. Анализ организации сбытовой деятельности на предприятии.
4. Планирование товарного ассортимента
5. Анализ рыночных цен и эластичности спроса.
6. Фирменный стиль и его роль в формировании имиджа предприятия.
7. Матричный портфельный анализ
8. Анализ организации сбытовой деятельности в сфере услуг.
9. Способы организация товародвижения.
10. Уровни и структура каналов товародвижения.
11. Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла товара.
12. Политика снижения и повышения цены.
13. Позиционирование предприятия на рынке. Позиционирование товара на рынке
14. Маркетинг уникальной продукции
15. Качество товара, услуги в системе маркетинга.
16. Разработка новой продукции: процесс, риски и критерии оценки.
17. Организация, контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.
18. Анализ рыночных цен и эластичности предложения.
19. Ценообразование на разных типах рынков

Для промежуточной аттестации:

Проверяемая компетенция: ПК-1 (ПК-1.1), ПК-3 (ПК-3.2), ПК-4 (ПК-4.2), ПК-5 (ПК-5.2)

Вопросы для зачета:

1. Основные понятия стратегического планирования.
2. Оценка текущего состояния бизнеса.
3. Выбор миссии и стратегических целей.
4. Маркетинговые стратегии российских промышленных предприятий.
5. Стратегический маркетинг в организации.
6. Общие концепции планирования маркетинга.
7. Разработка программ маркетинговой деятельности и организация планирования.
8. Место и роль маркетинговых служб на предприятии.
9. Формирование товарного ассортимента организации.
10. Товарная политика торгового предприятия.
11. Разработка новых товаров на российских предприятиях.
12. Ценообразование в системе маркетинга
13. Адаптация цены: установление цены продаж.
14. Маркетинговый подход к ценообразованию.
15. Маркетинговые исследования цен на российском рынке.
16. Особенности конкурентного подхода к ценообразованию.
17. Особенности современного рекламного рынка России.

18. Методы стимулирования сбыта на российских предприятиях.
19. Использование Интернета в маркетинговой деятельности предприятия.
20. Многоуровневый (сетевой) маркетинг.
21. Составление матрицы Бостонской консультационной группы для конкретного предприятия.
22. Применение SWOT-анализа в деятельности маркетолога.
23. Разработка ценовой политики для конкретного товара.
24. Анализ конкурентоспособности цены.
25. Объект, предмет и методы прикладного маркетинга.
26. Цели и этапы процесса маркетингового планирования
27. Методы маркетингового исследования.
28. Инструменты коммуникационной политики
29. Составление профиля конкурента
30. Составление профиля потребителя.
31. Рыночная сегментация.
32. Способы и методы выбора целевых сегментов рынка.
33. Позиционирование товаров, услуг, компаний и организаций
34. Стратегии прикладного маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара.
35. Планирование товарного ассортимента.
36. Разработка новой продукции: процесс, риски и критерии оценки.
37. Дистрибутивная политика предприятия.
38. Принципы и практические рекомендации по созданию дилерской сети.
39. Методы и стратегии ценообразования.
40. Ценообразование на разных этапах ЖЦТ.