



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор института Цифровых технологий  
и экономики

Ю.В. Торкунова



«21» июня 2021 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинг

Направление  
подготовки

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.03.02 Менеджмент организации

Квалификация

Бакалавр

г. Казань, 2021

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

Программу разработала:

доцент, к.т.н.

15.06.2021



Пушкарев О.Н.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-разработчика «Менеджмент», протокол № 16.1 от 15 июня 2021

Заведующая кафедрой «Менеджмент» А.В. Махиянова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры «Менеджмент», протокол № 16.1 от 15 июня 2021

Заведующая кафедрой «Менеджмент» А.В. Махиянова

Программа одобрена на заседании учебно-методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 10 от 21 июня 2021

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики

/Косулин В.В./



Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 10 от 21 июня 2021

## 1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является:

- формирование у студента основных представлений о методах эффективного продвижения продукции на конкурентном рынке.

Задачи дисциплины:

- получение знаний о сущности и роли маркетинга и его месте в экономической системе предприятия;

- приобретение основных навыков финансового анализа деятельности коммерческого предприятия;

- получение знаний об основных целях маркетинговых исследований, практические навыки их проведения;

- овладение основными принципами и методами принятия инновационных решений, выбора источников их финансирования.

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,)
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	4.1 Демонстрирует умение выявлять новые рыночные возможности	<i>Знать:</i> - технологии выявления новых рыночных возможностей (З1). <i>Уметь:</i> - выявлять новые рыночные возможности (У1). <i>Владеть:</i> - технологиями выявления новых рыночных возможностей (В1).
	4.2 Демонстрирует умение проводить оценку новым рыночным возможностям	<i>Знать:</i> - методики оценки новым рыночным возможностям (З1). <i>Уметь:</i> - проводить оценку новым рыночным возможностям (У1). <i>Владеть:</i> - методиками оценки новым рыночных возможностей (В1).

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.07 «Маркетинг» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиля «Менеджмент организации».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
УК-2	Основы экономики	
ОПК-4		Маркетинговые исследования

Для освоения дисциплины обучающийся должен знать теоретические и

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 55 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (34 часа - занятия лекционного типа, 16 часов - занятия семинарского типа, 2 часа - групповая консультация, 2 часа Контроль самостоятельной работы (КСР), 1 час - Контактные часы во время аттестации (КПА), самостоятельная работа обучающегося 18 час, 35 часов (Контроль) составляет подготовка к промежуточной аттестации (экзамен).

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			4
<b>ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	3	108	108
<b>КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ,</b> в том числе:		55	55
Лекции (Лж)		34	34
Практические (семинарские) занятия (ПЗ)		16	16
Групповые консультации		2	2
Контрольная работа		2	2
Сдача экзамена / зачета с оценкой (КПА)		1	1
<b>САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ,</b> в том числе:		18	18
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: <i>экзамена</i>		35	35
<b>ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b>		Эк	Эк

### 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	КСР	Групповые консультации	Самостоятельная работа студента, в т.ч. подготовка к промежуточной аттестации	Сдача зачета / экзамена	Итого						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Понятие маркетинговых исследований и методы сбора маркетинговой информации.	2	8	17			9			34	ОПК-4.1 31, У1, В1 ОПК-4.2 31, У1, В1	1о, 2о,1д.	Опрос. Тест. Кейс.	Эк.	30
2. Объекты маркетинговых исследований. Конкурентоспособность продукции.	6	8	17	2	2	9			38	ОПК-4.1 31, У1, В1 ОПК-4.2 31, У1, В1	1о, 2о,1д	Опрос. Тест. Кейс-задача.	Эк.	30
<b>Экзамен</b>	6						<b>35</b>	<b>1</b>	<b>36</b>					40
<b>Итого</b>		<b>16</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>35</b>	<b>1</b>	<b>108</b>					<b>100</b>

### 3.3 Тематический план лекционных занятий

Номер раздела дисциплины	Темы лекционных занятий	Трудоемкость, час.
1	Содержание понятия маркетинга. Этапы его развития.	2
1	Функции и подфункции маркетинга.	2
1	Принципы организации деятельности маркетинговой службы.	2
1	Основные цели методы маркетинговых исследований.	2
2	Понятие товара в системе маркетинга.	2
2	Товарная политика организации.	2
2	Понятие ценовой политики организации.	2

2	Комплекс продвижения продукции.	2
Всего		16

### 3.4 Тематический план практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Этапы развития маркетинга. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.	4
1	Функции и подфункции современного маркетинга.	4
1	Принципы организации деятельности маркетинговой службы.	4
1	Основные цели методы маркетинговых исследований.	4
2	Понятие товара в системе маркетинга. Сегментирование рынка.	4
2	Товарная политика. Понятие и принципы позиционирования товара.	4
2	Понятие ценовой политики. Стратегии ценообразования и тактики ценообразовани.	4
2	Комплекс продвижения продукции. Стратегии сбыта товара. Каналы сбыта прдукции.	6
Всего		34

### 3.5 Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом

### 3.6 Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.
1	Подготовка к опросу,	Опрос по разделу 1	9
	Подготовка к тестированию	Тестирование по разделу 1	
	Кейс	Решение ситуационных задач	
2	Подготовка к опросу	Опрос по разделу 2	9
	Подготовка к тестированию	Тестирование по разделу 2	
	Кейс	Решение ситуационных задач	
<b>Всего</b>			<b>18</b>
1-2	Подготовка к промежуточной аттестации		35

## 4. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Маркетинг» по образовательной программе применяются электронное обучение

В процессе обучения используются:

- электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных

## **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 обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства опрос, тест, кейс-задача.

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

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (индикатора 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	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы всеосновные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме,	Продемонстрированы всеосновные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами,
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и



Характеристика сформирова-	Компетенция в полной мере не сформирована.	Сформированность компетенции соответствует	Сформированность компетенции в целом	Сформированность компетенции полностью
ованности компетенции (индикатора достижения компетенции)	Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач	требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено		не зачтено	

ОПК-4	ОПК-4.1	Знать:				
		- технологии выявления новых рыночных возможностей (З1).	В полном объеме знает технологии выявления новых рыночных возможностей.	Знает технологии выявления новых рыночных возможностей, но допускает незначительные ошибки.	Не в полной мере знает технологии выявления новых рыночных возможностей, допускает ошибки.	Не знает технологии выявления новых рыночных возможностей, допускает грубые ошибки.
		Уметь:				
		- выявлять новые рыночные возможности. (У1)	В полном объеме и эффективно умеет выявлять новые рыночные возможности.	Умеет выявлять новые рыночные возможности, но допускает незначительные ошибки.	Плохо умеет выявлять новые рыночные возможности, допускает ошибки.	Не умеет выявлять новые рыночные возможности, допускает грубые ошибки.
		Владеть:				
		- технологиями выявления новых рыночных возможностей. (В1)	В полном объеме и эффективно владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей.	Владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей, но допускает незначительные ошибки.	Плохо владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей, допускает значительные ошибки.	Не владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей, допускает грубые ошибки.
		Знать:				

	ОПК-4.2	- методики оценки новым рыночным возможностям (31).	В полном объеме знает методики оценки новых рыночных возможностей.	Знает методики оценки новых рыночных возможностей но допускает незначительные ошибки.	Плохо знает методики оценки новых рыночных возможностей, допускает значительные ошибки.	Не знает методики оценки новых рыночных возможностей, допускает грубые ошибки.
		Уметь:				
		- проводить оценку новым рыночным возможностям. (У <sub>1</sub> )	В полном объеме и эффективно умеет проводить оценку новым рыночным возможностям.	Умеет проводить оценку новым рыночным возможностям, но допускает незначительные ошибки.	Плохо умеет проводить оценку новым рыночным возможностям, допускает значительные ошибки.	Не умеет проводить оценку новым рыночным возможностям, допускает грубые ошибки.
		Владеть:				
		методиками оценки новых рыночных возможностей (В <sub>1</sub> ).	В полном объеме и эффективно владеет методиками оценки новым рыночным возможностям	Владеет методиками оценки новым рыночным возможностям, но допускает незначительные ошибки.	Плохо владеет методиками оценки новым рыночным возможностям, допускает значительные ошибки.	Не владеет методиками оценки новым рыночным возможностям, 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 оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике 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 экз. в библиотеке КГЭУ
1	В.Д. Секерин.	Основы маркетинга	Учебное пособие	Москва КноРус	2016	<a href="http://www.book.ru/">.http://www.book.ru/</a>	
2	И.В. Захарова, Т.В. Евстигнеева	Маркетинг в вопросах и решениях	учебное пособие	Москва КноРус	2016	<a href="https://www.book.ru/book/918075/">https://www.book.ru/book/918075/</a>	

#### Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экз. в библиотеке КГЭУ
1	Л.С. Шаховская, Е.Г. Попкова под ред. и др.	Маркетинг: кейсы, деловые игры, тесты	Учебное пособие	Москва : КноРус	2016	<a href="http://www.book.ru/">http://www.book.ru/</a>	

### 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>	<a href="http://www.rubricon.com">http://www.rubricon.com</a>
2	<i>Портал "Открытое образование"</i>	<a href="http://npoed.ru">http://npoed.ru</a>
3	<i>Единое окно доступа к образовательным ресурсам</i>	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>

#### 6.2.2 Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	<i>Официальный интернет-портал правовой информации</i>	<a href="http://pravo.gov.ru">http://pravo.gov.ru</a>	
2	<i>Справочная правовая система «Консультант Плюс»</i>	<a href="http://consultant.ru">http://consultant.ru</a>	

#### 6.2.3 Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	Научная электронная библиотека	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	
2	Российская государственная библиотека	<a href="http://www.rsl.ru">http://www.rsl.ru</a>	

#### 6.2.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Способ распространения (лицензионное/свободно)	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессиональная (Pro)	Пользовательская операционная система	ЗАО "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

#### **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	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	доска аудиторная, акустическая система, проектор, усилитель-микшер для систем громкой связи, экран, микрофон, миникомпьютер, монитор
2	Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	доска аудиторная, переносное оборудование - мультимедийный проектор (2 шт.), экран, ноутбук (3 шт.)
	Самостоятельн	Компьютерный класс с выходом в Интернет	моноблок (30 шт.), проектор, экран

3	ая работа обучающегося	Читальный зал библиотеки	проектор, переносной экран, тонкие клиенты (13 шт.), компьютеры (5 шт.)
---	------------------------	--------------------------	---

## 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](http://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 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

(очно - заочная форма)

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			4
<b>ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:		37	37
Лекции (Лк)		24	24
Практические (семинарские) занятия (ПЗ)		8	8
КСР		4	4
Контр.		-	-
Сдача экзамена / зачета с оценкой (КПА)		1	1
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, в том числе:		63	63
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: <i>экзамена</i>		8	8
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ		Э	Э

## Лист регистрации изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 20\_\_\_\_  
/20\_\_\_\_ учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1.

2.

3.

*Указываются номера страниц, на  
которых внесены изменения,  
и кратко дается характеристика этих  
изменений*

Программа одобрена на заседании кафедры – разработчика «\_\_» \_\_\_\_\_  
20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Махиянова А.В.

Программа одобрена методическим советом института

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_

Зам. директора по УМР \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

*Приложение к рабочей  
программе дисциплины*



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

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Маркетинг

---

*(Наименование дисциплины в соответствии с РУП)*

Направление  
подготовки

38.03.02 Менеджмент

*(Код и наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) Менеджмент организации

*(Наименование направленности (профиля) образовательной программы)*

Квалификация

Бакалавр

г. Казань, 2020

Оценочные материалы по дисциплине «Маркетинг» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенции:

- способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций. (ОПК-4).

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: индивидуальный и (или) групповой опрос (устно или письменно); тестирование письменно; кейс-задание.

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

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			
				неуд-но	удов-но	хорошо	отлично
				не зачтено	зачтено		
				низкий	ниже среднего	средний	высокий
<b>Текущий контроль успеваемости</b>							
1	Изучение теоретического материала, подготовка к практическому занятию	Опрос, Тест, Кейс	ОПК-4.1 (31,У1,В1) ОПК-4.2 (31,У1,В1)	менее 17	17-18	20-27	22-30
2	Изучение теоретического материала, подготовка к контрольной работе	Опрос, Тест, Кейс	ОПК-4.1 (31,У1,В1) ОПК-4.2 (31,У1,В1)	менее 18	18-21	20-27	23-30
<b>Всего баллов</b>				<b>менее 35</b>	<b>35-39</b>	<b>40-54</b>	<b>45-60</b>

Промежуточная аттестация							
	Подготовка к экзамену	Экзаменационные билеты	ОПК-4.1 (31,У1,В1) ОПК-4.2 (31,У1,В1)	0	20	30	40
Итого баллов				менее 55	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
Опрос	Средство проверки теоретических знаний по теме или разделу	Комплект вопросов
Кейс-задания	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы	Задания для решения кейс-задач
Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Комплект тестовых заданий
Билет	Средство проверки теоретических знаний и практических умений по теме или разделу	Комплект билетов

## 3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	1. Опрос
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Устный опрос проходить в форме публичном освещении одного из аспектов рассматриваемой темы.</p> <p>Перечень примерных контрольных вопросов для устного опроса:</p> <p style="text-align: center;"><u>Понятие маркетинга.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое маркетинг?</li> <li>2. Каковы основные этапы развития маркетинга?</li> <li>3. Какова роль маркетинга в развитии предприятия?</li> <li>4. Каковы основные концепции маркетинга?</li> <li>5. Опишите основные функции маркетинга?</li> <li>6. Критика маркетинга обществом.</li> </ol>

	<p>7. Внутренняя среда маркетинга.  8. Внешняя среда маркетинга.  9. Контактные аудитории.  10. Понятие товара.  11. Понятие нового товара.  12. Конкурентоспособность товара.  13. Качество товара.  14. Особенности услуг как вида товара.  15. Методы маркетинговых исследований.</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах<sup>1</sup></p>	<p>Устный опрос проводится по окончании изучения разделов 1 и 2. (по материалам разделов). Ответы на вопросы должны быть точными и краткими. При оценке выполненного задания учитываются следующие критерии:</p> <p>1. Знание материала  - содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 2 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> <p>2. Последовательность изложения  <input type="checkbox"/> содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 2 балла;  <input type="checkbox"/> последовательность изложения материала недостаточно продумана – 1 балл;  <input type="checkbox"/> путаница в изложении материала – 0 баллов;</p> <p>3. Владение речью и терминологией  <input type="checkbox"/> материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии – 2 балла;  <input type="checkbox"/> в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 1 балл;  <input type="checkbox"/> допущены ошибки в определении понятий – 0 баллов;</p> <p>4. Применение конкретных примеров  <input type="checkbox"/> показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 2 балла;  <input type="checkbox"/> приведение примеров вызывает затруднение – 1 балл;  <input type="checkbox"/> неумение приводить примеры при объяснении материала – 0 баллов;</p> <p>5. Уровень теоретического анализа  <input type="checkbox"/> показано умение делать обобщение, выводы, сравнение – 2 балла;  <input type="checkbox"/> обобщение, выводы, сравнение делаются с помощью преподавателя – 1 балл;  <input type="checkbox"/> полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – 0 баллов;</p> <p><b>Количество баллов: максимум – 20</b>  <b>(10 баллов за раздел 1, 10 баллов за раздел 2).</b></p>

<sup>1</sup> В соответствии с БРС, поддерживаемой преподавателем в ЭИОС

Наименование оценочного средства	Тест
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Комплект примерных тестовых заданий:</p> <p>1. Отметьте правильный ответ Термин "маркетинг" означает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ изучение рынка</li> <li>- совершенствование рыночных отношений</li> <li>- расширение рынка сбыта</li> <li>- увеличение объемов продаж</li> </ul> <p>2. Отметьте правильный ответ Роль маркетинга заключается</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение качества товара</li> <li>- повышение спроса на продукцию</li> <li>+ привести производство в соответствии со спросом</li> <li>- увеличить объем производства</li> </ul> <p>3. Отметьте правильный ответ Одной из функций маркетинга является</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- снижение цены на продукцию</li> <li>+ управление товародвижением</li> <li>- повышение прибыли предприятия</li> <li>- повышение рентабельности</li> </ul> <p>4. Отметьте правильный ответ Предпосылкой возникновения маркетинга является</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расширение товарного ассортимента производителя</li> <li>- требование к повышению качества продукции</li> <li>+ превышение предложения товара над спросом</li> <li>- увеличение числа фирм-производителей</li> </ul> <p>5. Выделение из множества потребителей групп, для которых характерны одни и те же признаки, называется</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- индивидуализацией</li> <li>+ типологией</li> <li>- конкретизацией</li> <li>- обобщением</li> </ul> <p>6. Лицо, непосредственно осуществляющее покупку, называется</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- потребитель</li> <li>+ покупатель</li> <li>- производитель</li> <li>- приобретатель</li> </ul> <p>7. Потребительская панель - это</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ выборочная совокупность потребителей, предназначенная для систематических наблюдений по разработанным программам</li> <li>- выборочная совокупность товаров, предназначенная для систематических наблюдений по разработанным программам</li> </ul>

- совокупность товаров, составляющих основу потребительской корзины
- любая совокупность товаров

8. Отметьте правильный ответ

Маркетинг, когда спрос значительно превышает производственные мощности, это маркетинг

- конверсионный
- противодействующий
- демаркетинг
- концентрированный
- + синхромаркетинг
- ремаркетинг

9. Отметьте правильный ответ

Суть концепции маркетинга заключена в выражении

- "продавайте то, что можете произвести"
- "любите товар, а не клиента"
- + "отыщите потребности и удовлетворите их"
- "производите то, что приносит прибыль"

10. Отметьте правильный ответ

Функцией маркетинга является

- + управление и контроль
- совершенствование и модернизация
- ценообразование и оптимизация
- снабжение и внедрение

Раздел 2.

1. Отметьте правильный ответ

Изучение фирменной структуры рынка является подфункцией

- + аналитической функции маркетинга
- производственной функцией маркетинга
- сбытовой функцией маркетинга
- управления и контроля

2. Отметьте правильный ответ

Совокупность активных субъектов и сил, воздействующих на эффективность работы предприятия, называется

- конкурентной средой
- + маркетинговой средой
- внешней средой
- макросредой

3. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида - это

- спрос
- + потребность
- мотив
- желание

4. Типология потребителей, как метод изучения требований потребителя предполагает



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разделение потребителей по социально-экономическим характеристикам</li> <li>- выделение отдельных покупателей</li> <li>+ выделение групп покупателей с одинаковыми характерными признаками</li> <li>- разделение потребителей на типы</li> </ul> <p>5. Потребительская панель - это</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ выборочная совокупность потребителей, предназначенная для систематических наблюдений по разработанным программам</li> <li>- выборочная совокупность товаров, предназначенная для систематических наблюдений по разработанным программам</li> <li>- совокупность товаров, составляющих основу потребительской корзины</li> <li>- любая совокупность товаров</li> </ul> <p>6. Отметьте правильный ответ</p> <p>Организация сервиса является подфункцией</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитической функцией маркетинга</li> <li>- производственной функцией маркетинга</li> <li>+ сбытовой функцией маркетинга</li> <li>- управления и контроля</li> </ul> <p>7. Отметьте правильный ответ</p> <p>Организация снабжения является подфункцией</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ производственной функцией маркетинга</li> <li>- аналитической функцией маркетинга</li> <li>- сбытовой функцией маркетинга</li> <li>- управления и контроля</li> </ul> <p>8. Отметьте правильный ответ</p> <p>Стратегическое планирование является подфункцией</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитической функции маркетинга</li> <li>- производственной функции маркетинга</li> <li>- сбытовой функции маркетинга</li> <li>+ управления и контроля</li> </ul> <p>9. Отметьте правильный ответ</p> <p>Условиями существования производственной концепции управления маркетингом является</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- монополистические ограничения рынка</li> <li>+ невысокие доходы потребителей</li> <li>+ спрос равен или немного превышает предложение</li> <li>- неустойчивость экономической конъюнктуры</li> </ul> <p>10. Отметьте правильный ответ</p> <p>Условием существования маркетинговой концепции совершенствования товара является</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- спрос равен предложению</li> <li>- невысокие доходы потребителей</li> <li>- спрос превышает предложение</li> <li>+ общество нуждается в качественных характеристиках уровня жизни</li> </ul>
Критерии оценки и	Тесты представляют собой задания, которые выполняются в течение 10- 15 минут по окончании изучения разделов 1 и 2 (по материалам разделов)

шкала оценивания в баллах	Студенту выдается задание, состоящее из 5 тестов. За каждое правильно выполненное задание присваивается 2 балла. <b>Количество баллов: максимум – 20 (10 баллов за раздел 1, 10 баллов за раздел 2).</b>
<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>2. Кейс</b>
Представление и содержание оценочных материалов	<p><i>Примерный кейс.</i></p> <p>1. Используя следующие исходные данные, постройте график безубыточности для определения целевой прибыли фирмы «Провектус»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- целевая прибыль – 2 млн. руб.;</li> <li>- объем продаж – от 100 до 1000 шт.;</li> <li>- валовые издержки составляют: при объеме продаж 200 шт. – 7млн. руб., при объеме продаж 400 шт. – 8млн. руб., при объеме продаж 600 шт. – 9млн. руб., при объеме продаж 800 шт. – 7млн. руб., при объеме продаж 1000 шт. – 10млн. руб.</li> </ul>
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>При оценке выполнения заданий кейса учитываются следующие критерии:</p> <p><i>1. Знание материала</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины – 3 балла;</li> <li><input type="checkbox"/> содержание материала раскрыто неполно, показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала – 1 балл;</li> <li><input type="checkbox"/> не раскрыто основное содержание учебного материала – 0 баллов;</li> </ul> <p><i>2. Последовательность изложения</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано – 3 балла;</li> <li><input type="checkbox"/> последовательность изложения материала недостаточно продумана – 1 балл;</li> <li><input type="checkbox"/> путаница в изложении материала – 0 баллов;</li> </ul> <p><i>3. Применение конкретных примеров</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 2 балла;</li> <li><input type="checkbox"/> приведение примеров вызывает затруднение – 1 балл;</li> <li><input type="checkbox"/> неумение приводить примеры при объяснении материала – 0 баллов;</li> </ul> <p><i>4. Уровень теоретического анализа</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> показано умение делать обобщение, выводы, сравнение – 2 балла;</li> <li><input type="checkbox"/> обобщение, выводы, сравнение делаются с помощью преподавателя – 1 балл;</li> <li><input type="checkbox"/> полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – 0 баллов</li> </ul> <p><b>Максимальное количество баллов - 20</b></p>

#### 4. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Наименование оценочного средства	Экзамен
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Оценочные материалы, вынесенные на экзамен, состоят из 2 вопросов на проверку теоретических знаний, и кейс-задачи для проверки практических умений.</p> <p>Всего 25 экзаменационных билетов</p> <p><i>Примеры теоретических вопросов</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Понятие маркетинга.</li><li>2. Этапы развития маркетинга.</li><li>3. Некоммерческий маркетинг.</li><li>4. Социально – экономическая сущность маркетинга.</li><li>5. Концепции маркетинга.</li><li>6. Критика маркетинга обществом.</li><li>7. Функции маркетинга.</li><li>8. Внутренняя среда маркетинга.</li><li>9. Внешняя среда маркетинга.</li><li>10. Контактные аудитории.</li><li>11. Понятие товара.</li><li>12. Понятие нового товара.</li><li>13. Конкурентоспособность товара.</li><li>14. Качество товара.</li><li>15. Особенности услуг как вида товара.</li><li>16. Жизненный цикл товара.</li><li>17. Понятие товародвижения.</li><li>18. Виды и формы каналов товародвижения.</li><li>19. Понятие и виды каналов сбыта продукции.</li><li>20. Понятие товарного ассортимента.</li><li>21. Формирование и управление ассортиментом.</li><li>22. Розничная торговля.</li><li>23. Оптовая торговля.</li><li>24. Упаковка товара. Функции упаковки товара.</li><li>25. Товарный знак и его сущность.</li><li>26. Понятие фирменного стиля.</li><li>27. Основные принципы построения службы маркетинга.</li><li>28. Сегментирование рынка.</li><li>29. Позиционирование товара.</li><li>30. Реклама.</li><li>31. Стимулирование сбыта.</li><li>32. Личные продажи.</li><li>33. Психология потребителя и маркетинг.</li><li>34. Принципы ценообразования.</li><li>35. Методы маркетинговых исследований.</li></ol>

	<p><i>Пример кейс-задания:</i></p> <p>В следующем году на машиностроительном предприятии планируется в связи с использованием аутсорсинга закупить 1500 готовых деталей по 347 рублей за штуку, прежде эти детали производились на самом предприятии. Также потребуется заплатить за доставку, по 95 рублей за одну деталь.</p> <p>Себестоимость одной детали была равна 600 рублей. Рассчитать годовую экономию предприятия в связи с использованием аутсорсинга.</p> <p style="text-align: center;">Примеры экзаменационных билетов:</p> <p>Билет 1</p> <p>Вопрос 1. Упаковка товара.</p> <p>Вопрос 2. Товарный знак и его сущность.</p> <p>Вопрос 3. Кейс-задание.</p> <p>В организации производится 20000 изделий в год. Годовые издержки на производство изделий составляют 18000 рублей. Руководитель принял решение осуществить повысить уровень специализации предприятия, что привело к снижению себестоимости единицы продукции на 19%.</p> <p>Однако на предприятии поменялся поставщик материалов, что привело к повышению транспортных издержек на единицу продукции с 10 до 20 копеек.</p> <p>Требуется рассчитать величину экономии текущих издержек, которая возникает в связи с внедрением процессов по повышению уровня специализации, при объеме производства продукции на 15% больше текущего значения.</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>Число баллов, которое может получить обучающийся за экзамен, составляет от 20 до 40.</p> <p>При выставлении баллов учитываются следующие критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знание понятий, категорий</li> <li>2. Владение специальными терминами и использование их при ответе.</li> <li>3. Умение объяснять, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы</li> <li>4. Логичность и последовательность ответа</li> <li>5. Демонстрация способности участвовать в разработке обобщенных вариантов решения проблем</li> </ol> <p>В сумме ответ студента оценивается <i>от 31 до 40 баллов</i>. От 21 до 30 баллов оценивается теоретический ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Правильно выполненное кейс задание оценивается 10 баллами.</p> <p>В сумме ответ студента оценивается от 21 до 30 баллов.</p>

От 16 до 21 баллов оценивается теоретический ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе. Правильно выполненное кейс задание оценивается 10 баллами.

В сумме ответ студента оценивается от 10 до 20 баллов.

До 10 баллов оценивается теоретический ответ, свидетельствующий, в основном, о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Правильно выполненное кейс задание оценивается 10 баллами.

**Максимальное количество баллов за ответы теоретического характера – 30 баллов.**

**Максимальное количество баллов за кейс-задание – 10 баллов.**

**Максимальное количество баллов за экзамен – 40 баллов.**