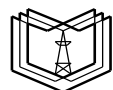


АКТУАЛИЗИРОВАНО Решением
Ученого совета ИЦГЭ КГЭУ Протокол
№7 от 24.03.2026



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

_____ Э.И. Беляев

«_30_» мая _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.018 Маркетинг

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Квалификация

Бакалавр

г. Казань, 2023



Программу разработал:

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
Менеджмент	доцент, канд. ист. наук	Овчинников А.В.

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	Менеджмент	18.05.2023	15	_____ Зав.каф., д.соц.н., проф. Махиянова А.В.
Согласована	Менеджмент	18.05.2023	15	_____ Зав.каф., д.соц.н., проф. Махиянова А.В.
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

(Цель и задачи освоения дисциплины, соответствующие цели ОП)

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является

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

Задачами дисциплины являются:

- 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 и индикаторы, формируемые у обучающихся:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения Компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь,
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-4.1	4.1	<i>Знать:</i>
Способен принимать организационно-управленческие решения и проводить оценку новым рыночным возможностям на основе анализа эффективности использования ресурсов	Способен принимать организационно-управленческие решения и проводить оценку новым рыночным возможностям на основе анализа эффективности использования ресурсов	- технологии принятия организационно-управленческих решений и оценки новых рыночных возможностей на основе анализа эффективности использования ресурсов - <i>Уметь:</i> принимать организационно-управленческие решения и проводить оценку новым рыночным возможностям на основе анализа эффективности использования ресурсов <i>Владеть:</i> - технологиями принятия организационно-управленческих решений и оценки новых рыночных возможностей на основе анализа эффективности использования ресурсов -
УК-10.2	10.2	
Демонстрирует владение современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в	Демонстрирует владение современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных	<i>Знать:</i> современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности <i>Уметь:</i> Применять современные методики

различных областях жизнедеятельности	областях жизнедеятельности	расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности <i>Владеть:</i> современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности
--------------------------------------	----------------------------	---

2. Место дисциплины в структуре ОП

Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
«Основы экономики»

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.
«Маркетинговые исследования»

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)		
			2		
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	7	252	252		
КОНТАКТНАЯ РАБОТА*	-	112	112		
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	7	90	90		
Лекции		36	36		
Практические (семинарские) занятия		54	54		
Лабораторные работы	-	-	-		
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ		126	126		
Проработка учебного материала	-	-	-		
Курсовой проект	-	-	-		
Курсовая работа	-	-	-		
Подготовка к промежуточной аттестации	1	36	36		
Промежуточная аттестация:			Э		

Для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)		
			2		
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	7	252	252		
КОНТАКТНАЯ РАБОТА	-	225	225		
АУДИТОРНАЯ РАБОТА		90	90		
Лекции		36	36		

Практические (семинарские) занятия		54	54		
Лабораторные работы		-			
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ		126	126		
Проработка учебного материала		39	39		
Курсовой проект		-	-		
Курсовая работа		-	-		
Подготовка к промежуточной аттестации		-	-		
Промежуточная аттестация:			Э		

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. Понятие маркетинговых исследований методы сбора маркетинговой информации.	108	18		27	63	ТК1	УК-10.2; ОПК-4.1
Раздел 2. Объекты маркетинговых исследований. Конкурентоспособность продукции.	108	18		27	63	ТК2	УК-10.2; ОПК-4.1
Экзамен	36				0	ОМ 1	УК-10.2; ОПК-4.1
Итого за 2 семестр	252	36	0	54	126		
ИТОГО	252	36	0	54	126		

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. Понятие маркетинговых исследований	120	16			104	ТК1	УК-10.2; ОПК-4.1

методы сбора маркетинговой информации.							
Раздел 2. Объекты маркетинговых исследований. Конкурентоспособность продукции.	123	16			107	ТК2	УК-10.2; ОПК-4.1
Экзамен	9				0	ОМ 1	УК-10.2; ОПК-4.1
Итого за 5 семестр	252	32			211		
ИТОГО	252	32			211		

3.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие маркетинговых исследований и методы сбора маркетинговой информации.

Тема 1.1. Содержание понятия маркетинга. Этапы его развития.

Тема 1.2. Функции и подфункции маркетинга.

Тема 1.3. Принципы организации деятельности маркетинговой службы.

Тема 1.4. Основные цели методы маркетинговых исследований.

Раздел 2. Объекты маркетинговых исследований. Конкурентоспособность продукции.

Тема 2.1. Понятие товара в системе маркетинга.

Тема 2.2. Товарная политика организации.

Тема 2.3. Понятие ценовой политики организации.

Тема 2.4. Комплекс продвижения продукции.

3.4. Тематический план практических занятий

Номер раздела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Этапы развития маркетинга. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.	8
1	Функции и подфункции современного маркетинга.	8
1	Принципы организации деятельности маркетинговой службы.	8
1	Основные цели методы маркетинговых исследований.	8
2	Понятие товара в системе маркетинга. Сегментирование рынка.	5
2	Товарная политика. Понятие и принципы позиционирования товара.	5
2	Понятие ценовой политики. Стратегии ценообразования и тактики ценообразовани.	5
2	Комплекс продвижения продукции. Стратегии сбыта товара. Каналы сбыта продукции.	7
Всего		54

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	
ОПК-4	ОПК-4,1	знать:				
		В полном объеме знает технологии выявления новых рыночных возможностей.	Знает технологии выявления новых рыночных возможностей., делает небольшие ошибки	Не в полной мере знает технологии выявления новых рыночных возможностей.	Не знает технологии выявления новых рыночных возможностей, допускает грубые ошибки.	
		уметь:				
		В полном объеме и эффективно умеет выявлять новые рыночные возможности.	Умеет выявлять новые рыночные возможности, делает небольшие ошибки	Не в полной мере умеет выявлять новые рыночные возможности, допускает	Плохо умеет выявлять новые рыночные возможности,	

					ет незначи тельные ошибки	
		владеть:				
		В полном объеме и эффективно владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей.	Владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей, делает небольшие ошибки	Не в полной мере владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей, но допускает незначительные ошибки.	Плохо владеет технологиями выявления новых рыночных возможностей допускает значительные ошибки.	
		знать:				
УК-10	УК-10.2	В полном объеме знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, делает небольшие ошибки	Не в полной мере знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Плохо знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, допускает значительные ошибки.	
		уметь:				

			В полном объеме и эффективно умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, делает небольшие ошибки	Не в полной мере умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Плохо умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, допускает значительные ошибки.
		владеть:				
			В полном объеме владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, делает небольшие ошибки	Не в полной мере владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Плохо владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, допускает значительные ошибки.

						ошибки.
--	--	--	--	--	--	---------

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:

1. Емелин, В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации. М.: КноРус, 2023. 647 с.
2. Захарова, И.В. Маркетинг в вопросах и решениях: учебное пособие. М.: КноРус, 2012. 300 с.
3. Секерин В.Д. Основы маркетинга: учебное пособие. М.: КноРус, 2023. 223 с.

5.1.2 Дополнительная литература

Карпова, С.В. Глоссарий по маркетингу: учебное пособие для бакалавров. М.: Палеотип, 2013. 337 с.

Маркетинг: кейсы, деловые игры, тесты: учебное пособие / А.С. Шаховская, Е.Г. Попкова, О.Е. Акимова. М.: КноРус, 2022. 242 с.

Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга: учебное пособие. М.: КноРус, 2021. 236 с.

5.2 Информационное обеспечение:

1. Российская национальная библиотека: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2023. – URL: <http://nlr.ru/>
2. ГРАМОТА.РУ: справочно-информационный портал: сайт. – Москва, 2023. URL: <http://gramota.ru/>
3. «Гарант»: информационно-справочная система: сайт. – Москва, 2023. – URL: <http://www.garant.ru/>
4. «Консультант плюс»: информационно-справочная система: сайт. – Москва, 2023. – URL: <http://www.consultant.ru/>

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

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	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран) и др.

	промежуточной аттестации	
Самостоятельная работа	Компьютерный класс с выходом в Интернет В-600а	Специализированная учебная мебель на 30 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,

предусмотренной 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.

№ 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 «КГЭУ»)

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине**

Б 1. О. 18 «Маркетинг»

(Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

г. Казань, 2023

Оценочные материалы по дисциплине, 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

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. «Понятие маркетинговых исследований и методы сбора маркетинговой информации»	ТК1	15	0-15					15-25	15-25
Тест или письменный опрос		15							
Раздел 2. «Объекты маркетинговых исследований. Конкурентоспособность продукции»	ТК2			15	0-15			15-30	15-30
Выполнение кейс-задач				15					
Промежуточная аттестация (экзамен)	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
ОПК-4	ОПК-4,1	знать:				
			В полно	Знает технологии	Не в полной мере	Не знает технологии

			М объем е знает техно логии выявл ения новых рыно чных возмо жност ей.	выявлени я новых рыночны х возможно стей., делает небольш ие ошибки	знает технолог ии выявлени я новых рыночны х возможно стей.	выявлен ия новых рыночны х возможн остей, допускае т грубые ошибки.
уметь:						
			В полном объеме и эффектив но умеет выявлять новые рыночные возможно сти.	Умеет выявлять новые рыночны е возможн ости, делает небольш ие ошибки	Не в полной мере умеет выявлят ь новые рыночн ые возмож ности, допуска ет незначи тельные ошибки .	Плохо умеет выявлять новые выявлять новые рыночны е возможн ости,
владеть:						
			В полном объеме и эффекти вно владеет технолог иями выявлен ия новых рыночны х возможн остей.	Владе ет технол огиям и выявл ения новых рыноч ных возмо жност ей, делает неболь шие ошибк и	Не в полной мере владеет технолог иями выявлен ия новых рыночн ых возмож ностей, но допуска ет незначи тельные ошибки.	Плохо владеет технол огиями выявле ния новых рыночн ых возмож ностей допуск ает значите льные ошибк и.

УК-10	УК-10.2	Знать:				
			В полном объеме знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, делает небольшие ошибки	Не в полной мере знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Плохо знает современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, допускает значительные ошибки.
		уметь:				
		В полном объеме и эффективно умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, делает небольшие ошибки	Не в полной мере умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Плохо умеет применять современные методики расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, допускает значительные ошибки.	

					ошибки.
		владеть:			
		В полном объеме владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, делает небольшие ошибки	Не в полной мере владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности	Плохо владеет современными методиками расчета показателей, характеризующих экономические процессы и явления в различных областях жизнедеятельности, допускает значительные ошибки.

Оценка «отлично» выставляется за выполнение *расчетных работ в семестре; тестовых заданий; глубокое понимание технологических методов расчета норм расхода материалов, полные и содержательные ответы на вопросы билета (теоретическое и практическое задание);*

Оценка «хорошо» выставляется за выполнение *расчетных работ в семестре; тестовых заданий; понимание технологических методов расчета норм расхода материалов, ответы на вопросы билета (теоретическое или практическое задание);*

Оценка «удовлетворительно» выставляется за выполнение *расчетных работ в семестре и тестовых заданий;*

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за слабое и неполное выполнение *расчетных работ в семестре и тестовых заданий.*

3. Перечень оценочных средств

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

Наименование	Краткая характеристика оценочного средства	Описание
--------------	--	----------

оценочного средства		оценочного средства
Кейс-задача (КЗ)	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы	Задания для решения кейс-задачи
Тест (Тест)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Комплект тестовых заданий

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

Пример задания

Для текущего контроля ТК1:

Проверяемая компетенция: ОПК-4.1

Тест

<i>Вопрос</i>	<i>Варианты ответа</i>
<i>Потребное количество технологического оборудования можно определить.</i>	<i>по штучной технически обоснованной норме</i>
	<i>по суммарной трудоемкости на виды работ</i>
	<i>по годовому фонду работы станка</i>
	<i>по годовому фонду работы рабочего</i>
<i>Под мощностью предприятия понимают</i>	<i>количество продукции, вырабатываемое заводом</i>
	<i>количество продукции, вырабатываемое заводом в календарный отрезок времени при определенных режимах работы</i>
	<i>количество рабочего персонала</i>
	<i>количество выпускаемой продукции</i>
<i>Укажите методы расчета трудоемкости</i>	<i>аналитический, динамический, статистический</i>
	<i>матричный, дифференциальный</i>
	<i>эмпирический, экспертный, технологический</i>
	<i>подходят все варианты</i>

Вопросы к кейс-заданию *ТК1*

1. Классификация норм расхода материальных ресурсов
2. Система норм расхода материальных ресурсов

Типовые задачи:

1. Используя следующие исходные данные, постройте график безубыточности для определения целевой прибыли фирмы «Провектус»:

- целевая прибыль – 2 млн. руб.;
- объем продаж – от 100 до 1000 шт.;
- 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. – 10млн. руб.

Для промежуточной аттестации:

1. Понятие маркетинга.
2. Этапы развития маркетинга.

3. Некоммерческий маркетинг.
4. Социально – экономическая сущность маркетинга.
5. Концепции маркетинга.
6. Критика маркетинга обществом.
7. Функции маркетинга.
8. Внутренняя среда маркетинга.
9. Внешняя среда маркетинга.
10. Контактные аудитории.
11. Понятие товара.
12. Понятие нового товара.
13. Конкурентоспособность товара.
14. Качество товара.
15. Особенности услуг как вида товара.
16. Жизненный цикл товара.
17. Понятие товародвижения.
18. Виды и формы каналов товародвижения.
19. Понятие и виды каналов сбыта продукции.
20. Понятие товарного ассортимента.
21. Формирование и управление ассортиментом.
22. Розничная торговля.
23. Оптовая торговля.
24. Упаковка товара. Функции упаковки товара.
25. Товарный знак и его сущность.
26. Понятие фирменного стиля.
27. Основные принципы построения службы маркетинга.
28. Сегментирование рынка.
29. Позиционирование товара.
30. Реклама.
31. Стимулирование сбыта.
32. Личные продажи.
33. Психология потребителя и маркетинг.
34. Принципы ценообразования.
35. Методы маркетинговых исследований.