

«

«Утверждаю»

-

0/ «

2020 -

**Рабочая программа дисциплины  
Б1.О.12 Основы маркетинга**

9 29.03.00  
(9

2

4

9

3,

3

108

9

- - +

- .

3«

1/20 +

2

- -

2020

### 1. Место дисциплины в структуре ОП

0- .12

28-/ 2-/ 0

В ,

(9

В

2

4

В -

+

«-

+

9

-

«+

«+

«+

«-

### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

<p><b>УК-2.</b></p> <p>+</p> <p>+</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>:</p> <p>:</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>-</p> <p>:</p> <p>+</p> <p>+</p> <p>:</p> <p>:</p> <p>:</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-</p> <p>:</p> <p>RL QS-</p> <p>:</p> <p>:</p> <p>:</p>
<p><b>ОПК-2.</b></p> <p>+</p> <p>+</p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>+</p> <p>-</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>+</p> <p>+</p> <p>:</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-</p>
<p><b>ПК-3.</b></p>	<p><b>Знать:</b></p> <p>+</p> <p>-</p>

	<b>Уметь:</b>  <b>Владеть:</b>
--	--------------------------------------

### 3. Содержание дисциплины

#### Тема 1: Сущность, цели и задачи маркетинга

B -

#### Тема 2: Маркетинговая деятельность организации

#### Тема 3: Маркетинговая среда и управление маркетингом

#### Тема 4: Анализ в маркетинге

+

B

- R NS-

#### Тема 5: Конкуренция и конкурентные стратегии

2-

(Kenichi Ohmae) -

B

+ -

2

(-

#### Тема 6: Маркетинговое исследование рынка

B

B

B -

#### Тема 7: Сегментация рынка

B

#### Тема 8: Потребитель и покупательское поведение

B

B

#### Тема 9: Товар в маркетинге

+

+

(-



6		8		2	6
7		6			6
8		8			8
9		8			8
10		6			6
11		8			8
12		8			8
13		7			7
		9			9
<b>ИТОГО:</b>		<b>108</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>96</b>

## 5. Виды образовательной деятельности

### Занятия лекционного типа

#### Тема 1: Сущность, цели и задачи маркетинга (2 часа)

- 1.
- 1-
- 2-
- 3-
- 4-
- 5-
- 6-
- 7-
- 8-
- 0/-

- -

#### Тема 2: Маркетинговая деятельность в организации (2 часа)

- 0-
- 1-
- 2-
- 3-
- 4-

-

### Занятия семинарского типа (практические занятия)

#### Тема № 3. Маркетинговая среда организации. Анализ в маркетинге

:

0-  
 1-  
 2-  
 3-  
 4-  
 5-

**Задание.**

SWOT-

**Тема № 4. Конкуренция и конкурентные стратегии**

0-  
 1-  
 2-  
 3-  
 (Kenichi Ohmae) -  
 4-  
 5-  
 6-  
 7-

**Задание 1.**

+ + + 1-

**Задание 2.**

+ 9

0-

1-

2-

**Задание 3.**

+ + + - +

**Задание 4.**

+ + + +

**Задание 5.**

+ + + - +

В + - + + -

+ - + + -

**Задание 6.**

+ - -

+

+

-

-

**Задание 7.**

-

-

**Тема № 5. Маркетинговые исследования рынка**

:

0-

+

-

1-

-

2-

-

4.

-

-

5.

-

-

+

+

+

-

-

6.

-

-

6-

-

-

5-

+

-

7-В

+

-

:

**Задание 1.**

-

0-

9

(

:

(

+

+

:

(

:

(

-

-

1-

9

(

:

(

+

:

(

:

(

+

-

2-

+

-

«

(

:

(

:

(

:

(

-

3-

+

9

(

:

(

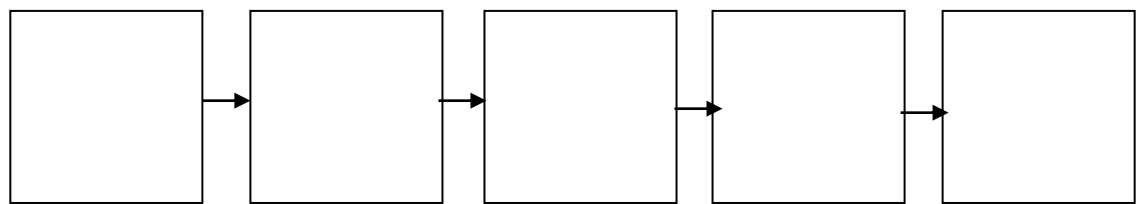
:

(

:

В  
 В  
 В  
 ( В -  
 4- 9  
 ( В :  
 ( В : 9  
 ( В + -  
 ( В + 9  
 5-  
 ( :  
 ( :  
 ( :  
 ( -

**Задание 2.**



**Задание 3.**

-1-  
 9 + + + +  
 +

**Тема № 6. Сегментирование рынка**

0- :  
 1- -  
 2- -  
 3- -  
 4- -  
 5- + +  
 6- + -  
 7- + -  
 8- + -  
 0/- В + :  
 :

**Задание 1.**

-0(

0-			
1- -			
2- -			
4. +			
4- -			
5-			



0-  
1-  
2-  
3-  
4-  
5-  
6-  
7-  
8-  
0/-  
00-  
01-  
02-  
03-  
04-  
05-  
06-  
07-  
**Задание 2.**

1-


0-  
- 1-  
- 2-  
- 3-  
- 4-  
- 5-  
0/-  
- 6-  
- 7-  
- 8-  
- 00-  
- 01-  
- 02-  
-

**Самостоятельная работа**

**Тема 1: Сущность, цели и задачи маркетинга**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

**Задача 1.**

+ 3 \$  
« 82 - +

**Тема 2: Маркетинговая деятельность организации**

1. -
2. -
3. -
4. -

### Тема 3: Маркетинговая среда и управление маркетингом

1. -
2. -
3. -
4. -

**Задание.**

SWOT- -

### Тема 4: Анализ в маркетинге

1. -
2. -
3. + -
4. -
5. SWOT- -
6. -

**Задание 1.**

0

-	- - +			+\$
	1,0	7	1,4/1,4/1,0	15
	3,2	18	3,2/3,2/2,0	20
	3,8	12	3,8/3,0/2,5	7
	6,5	5	6,5/1,6/1,4	4
	0,7	9	3,0/2,5/2,0	4

ABF

«

**Задание 2.**

+ + + +

(- + - +)

+ - +

**Задание 3.**







- + « - « + «  
 - M +  
 M -  
 + 9 - + «+  
 (: : -  
 +  
 -

**В Тема 8: Потребитель и покупательское поведение**

1. - B +
2. -
3. -

**Задание.** + 001  
 - + 10\$ -  
 - -

**Тема 9: Товар в маркетинге**

**В**

1. + -
2. + -
3. - -
4. - -
5. -
6. -
7. + -
8. + -

**Задание 1.** - +  
 ( +

**Задание 2.**

**Тема 10: Создание и продвижение бренда**

1. 9 + -
2. -
3. -

4. . . . .
5. - . . . .

Задание - «+ 0/ -

### Тема 11: Ценовая политика в маркетинге

1. 9 -
2. - -
3. - -

Задание. В -

0 + 9 - 30

- + -13 - + -7// -

- 0l 1- 4// - 1 -

- 0l - 2 +B 0 2-4 -

### Тема 12: Сбытовая политика предприятия

- +

- - -

- - -

Задание .

9

(

(

В

В

### Тема 13: Коммуникационная политика в маркетинге

- - + -

- - - -

- - - -

Задание 1. 0/ /// - 0//

BOL 0/ - 5123+ -604 + 0//

+ -

## 6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

### 6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

- + 9
- 1) :
  - 2)

#### 1. Требования к устному ответу на вопросы семинарского (практического) занятия

« + 9	- : - + : - + -
« + + 9	- + : - : - -
« + 9 +	- : - : - -
: « +	- + (: : - : - -

Оценка + - - + - +

## 2. Требования к выполнению практических заданий

М / 2 : ( / 2 :  
9/ + : 2 : 0 : 1  
+ : 2 -



« 9 :  
« 8 -  
«

-4

## 6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

В +  
+ -

### Вопросы к экзамену

1. -
2. -
3. -
4. - -
5. +
6. В
7. В
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.
- 13.
- 14.
15. 9 +
16. -
17. В -
18. -
19. -
20. +
- 21.
- 22.
- 23.
- 24.
- 25.
26. +
- 27.
- 28.
- 29.
- 30.
- 31.
32. В +
33. (
- 34.
- 35.
36. (
37. «
- 38.

Пример экзаменационного билета

«

# ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

«

2

28-/2-/0

«

«

2020/2021

1. Функции маркетинга.

2. Модель покупательского поведения.

1. В каком из приведенных ниже определений заложена опасность неверного понимания роли маркетинга:

а)

+  
+

б)

+ :  
+

в)

- - :  
+

г)

+ :  
+ + - +

2. Маркетинг-микс – это:

а)

:

б)

:

в)

+

:

г)

-

3. Социально-этичный маркетинг – это:

а)

+

:

б)

+

:

в)

+

:

г)

+

-

4. Что нехарактерно для производственной ориентации фирмы:

а)

+

:

б)

:

в)

:

г)

«-

5. Что такое рыночная ориентация фирмы:

а)

:

б)

+

:

в)

:

г)

-

Задача:

08/

- -

31

- +

045

- +

112

-

-

+ + +

-

-

« » .6.1.

### Критерии оценивания экзамена

«отлично»	9	+	(:	+	+
«хорошо»	9	:	:	:	:
«удовлетворительно»	9	:	:	:	:
В «неудовлетворительно»	9	:	:	:	:
В :	:	:	:	:	:

### 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

#### 7.1. Основная литература:

1. В 9 В 9 В +1/1/-- 486 -- (--- ISBN 978-5-534-01560-7. -- 9 931.08.2020).  
URL: <https://urait.ru/bcode/450037>
2. 9 + - - -- 9 + 1/1/-- 370 --  
В (--- ISBN 978-5-534-01478-5. -- 9  
-- URL: <https://urait.ru/bcode/450620> 931.08.2020).

#### 7.2. Дополнительная литература:

1. В 9 + 1/1/-- 325 --  
(--- ISBN 978-5-9916-8852-9. -- 9 921.08.2020).  
URL: <https://urait.ru/bcode/450051>
2. + - - -- 2- + - -- 9  
+ 1/1/-- 315 -- (--- ISBN 978-5-534-05189-6. -- 9  
.. -- URL: <https://urait.ru/bcode/450531> 9  
31.08.2020).

#### 7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://bishelp.ru/> - «-
2. <http://cbrand.ru> b - B d sdA nc-
3. <http://marketer.ru> + -
4. <http://ru.wikipedia.org> -

