

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Лесняк Елена Николаевна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 01.10.2026 10:46:25  
Уникальный программный ключ:  
4f8763c0f69fcc0b76a554a96bba130b42854b57503309a6b8cc633f73303946

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта  
среднего профессионального образования**

|                            |                 |                                              |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------------------|
| <b>по специальности</b>    | <b>38.02.03</b> | <b>Операционная деятельность в логистике</b> |
|                            | (код)           | (Наименование специальности / профессии)     |
|                            |                 | <b>Маркетинг</b>                             |
|                            |                 | (Наименование дисциплины)                    |
| <b>Кафедра разработчик</b> |                 | <b>Финансово-экономических дисциплин</b>     |
| <b>Год набора</b>          |                 | <b>2024, 2025</b>                            |

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                     |                   |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>              | <b>стр.<br/>4</b> |
| <b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                 | <b>6</b>          |
| <b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                     | <b>11</b>         |
| <b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <b>13</b>         |

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Маркетинг

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг» частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.03 Операционная деятельность в логистике и направлена на формирование **общих компетенций**, включающих себя способности:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

**профессиональных компетенций**, соответствующих основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.3. Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения.

**и личностных результатов** в соответствии с рабочей программой воспитания по специальности:

ЛР 14. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

ЛР 19. Способный в цифровой среде проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающей информации

ЛР 21. Мотивированный к освоению функционально близких видов профессиональной деятельности, имеющих общие объекты (условия, цели) труда, либо иные схожие характеристики

ЛР 23. Мотивированный к освоению функционально близких видов профессиональной деятельности, имеющих общие объекты (условия, цели) труда, либо иные схожие характеристики.

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Профессиональный цикл / вариативная часть

### 1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;

|                                    |                                                                                                                                   |              |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| АНП ОО<br>Академический<br>колледж | Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг»<br>Специальность 38.02.03 Операционная деятельность в логистике<br>Автор Валуева И.И. | стр. 3 из 12 |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|

- сегментировать рынок отдельных товаров (услуг);
- разрабатывать и применять на практике элементы комплекса маркетинга;
- составлять анкету для исследования рынка.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;
- окружающую среду маркетинга;
- комплекс маркетинга и составляющие его элементы;
- методы и этапы проведения маркетинговых исследований;
- стратегия и планирование маркетинга.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 52 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 44 часов;

самостоятельной работы обучающегося 8 часа;

консультации 0 часа.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы                                            | Объем часов |
|---------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>                  | 52          |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>       | 44          |
| в том числе:                                                  |             |
| практические занятия                                          | 14          |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>            | 8           |
| <b>Консультации</b>                                           | 0           |
| <i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i> |             |

## 2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

| Наименование разделов и тем                                                | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Объем часов | Уровень освоения | Коды компетенций и личностных результатов, формирование которых способствует элемент программы |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                          | 2                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3           | 4                |                                                                                                |
| <b>Тема 1.<br/>Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.</b> | Содержание учебного материала                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4           |                  |                                                                                                |
|                                                                            | 1.                                                                                                                                                           | <b>Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.</b><br>Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом. Понятие комплекса маркетинга: товар, цена, целевой рынок, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение) товара. Виды комплекса маркетинга.                                           | 2           | 2                | OK01,02,03,04,05,09<br>ЛР 14,19, 21, 23                                                        |
|                                                                            | 2.                                                                                                                                                           | История и основные этапы развития маркетинга. Концепции маркетинга.                                                                                                                                                                                                                                                                             | 2           | 2                |                                                                                                |
| <b>Тема 2.<br/>Окружающая среда маркетинга.</b>                            | Содержание учебного материала                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2.5         |                  |                                                                                                |
|                                                                            | 3.                                                                                                                                                           | <b>Окружающая среда маркетинга.</b><br>Внутренняя среда маркетинга: производственная среда, управленческая среда, экономические результаты деятельности. Понятие микросреды: поставщики, маркетинговые посредники, клиенты, конкуренты, контактная аудитория. Понятие макросреды: демографические, социально-экономические. Понятие медиасреды. | 2           | 2                | OK01,02,03,04,05,09<br>ЛР 14,19, 21, 23                                                        |
|                                                                            | <b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |                  |                                                                                                |
|                                                                            |                                                                                                                                                              | 1. Подготовить реферат на тему «Влияние политического фактора на деятельность российских компаний».                                                                                                                                                                                                                                             | 2           | 2                |                                                                                                |
| <b>Тема 3.<br/>Сегментирование рынка.</b>                                  | Содержание учебного материала                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |                  |                                                                                                |
|                                                                            | 4.                                                                                                                                                           | <b>Сегментирование рынка.</b><br>Понятие и виды сегментации. Признаки сегментирования рынка. Критерии выбора сегмента рынка. Понятие рыночной ниши и позиционирования товара.                                                                                                                                                                   | 2           | 2                | OK01,02,03,04,05,09<br>ЛР 14,19, 21,                                                           |

|                                                                        |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |     |   |                                                |
|------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---|------------------------------------------------|
|                                                                        |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |     |   | 23                                             |
|                                                                        |     | <b>Практическое занятие</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 2   |   |                                                |
|                                                                        | 5.  | <b>№1.</b> Сегментирование рынка отдельных товаров (услуг)                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2   | 3 |                                                |
| <b>Тема 4.</b><br><b>Объекты и субъекты маркетинговой деятельности</b> |     | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 4   |   |                                                |
|                                                                        | 6.  | <b>Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.</b><br>Объекты маркетинговой деятельности: нужда, потребность, спрос.<br>Классификация потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика.                                                                                                                             | 2   | 2 |                                                |
|                                                                        | 7.  | <b>Субъекты маркетинговой деятельности</b><br>Субъекты маркетинговой деятельности: конечный потребитель, организации-потребители, производитель, служба маркетинга на предприятии (специалисты по маркетингу), розничная торговля, оптовая торговля.<br>Классификация потребителей. Модель потребительского поведения.     | 2   | 2 | OK01,02,03,04<br>,05,09<br>ЛР 14,19, 21,<br>23 |
| <b>Тема 5.</b><br><b>Товар и товарная политика предприятия</b>         |     | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 8,5 |   |                                                |
|                                                                        | 8.  | <b>Маркетинговое понятие товара</b><br>Маркетинговое понятие товара. Жизненный цикл товара, его основные этапы.<br>Понятие нового товара в маркетинге.                                                                                                                                                                     | 2   | 2 |                                                |
|                                                                        | 9.  | Понятие товарной политики и товарного ассортимента. Понятие рыночной атрибутики товара: бренд, упаковка, товарный знак, товарная марка. Требования, предъявляемые к товарным знакам Гражданским кодексом РФ, ч. 4 (с использованием компьютера). Понятие конкурентоспособности товара и конкурентоспособности организации. | 2   | 2 | OK01,02,03,04<br>,05,09<br>ЛР 14,19, 21,<br>23 |
|                                                                        |     | <b>Практические занятия</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 4   |   |                                                |
|                                                                        | 10. | <b>№2.</b> Определение требований, предъявляемых к товарным знакам.                                                                                                                                                                                                                                                        | 2   | 3 |                                                |
|                                                                        | 11. | <b>№3.</b> Разработка товарного знака.                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2   | 3 |                                                |
|                                                                        |     | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                  |     |   |                                                |
|                                                                        |     | 1. Составление конспекта по теме: «Рыночная атрибутика товара. Бренд: понятие, управление».                                                                                                                                                                                                                                | 2   | 2 |                                                |
| <b>Тема 6. Ценовая политика предприятия</b>                            |     | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 4   |   |                                                |
|                                                                        | 12. | <b>Ценовая политика предприятия</b><br>Основные понятия: цена, стоимость. Классификация цен. Процесс ценообразования. Методы ценообразования. Стратегии ценообразования.                                                                                                                                                   | 2   | 2 | OK01,02,03,04<br>,05,09<br>ЛР 14,19, 21,<br>23 |

|                                                                    |                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |   |                                                          |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---|----------------------------------------------------------|
|                                                                    |                                           | <b>Практическое занятие</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>2</b> |   |                                                          |
|                                                                    | <b>13.</b>                                | <b>№4.</b> Расчет и установление цены на товар.                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2        | 3 |                                                          |
| <b>Тема 7.<br/>Сбытовая<br/>политика<br/>предприятия</b>           | Содержание учебного материала             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3        |   |                                                          |
|                                                                    | <b>14.</b>                                | <b>Сбытовая политика предприятия</b><br>Понятие и роль сбыта. Виды сбыта: прямой, косвенный. Канал распределения: понятие, функции. Виды каналов сбыта. Ширина канала. Стратегии сбыта (методы распределения товаров). Понятие и виды посредников.                                                              | 2        | 2 | <i>OK01,02,03,04<br/>,05,09<br/>ЛР 14,19, 21,<br/>23</i> |
|                                                                    | <b>Практическое занятие</b>               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>2</b> |   |                                                          |
|                                                                    | <b>15.</b>                                | <b>№5.</b> Определение каналов сбыта товаров (услуг).                                                                                                                                                                                                                                                           | 2        | 3 |                                                          |
|                                                                    | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |   |                                                          |
|                                                                    |                                           | <b>1.</b> Составление конспекта по теме: «Понятие и виды посредников».                                                                                                                                                                                                                                          | 2        | 2 |                                                          |
| <b>Тема 8.<br/>Коммуникационн<br/>ая политика<br/>предприятия.</b> | Содержание учебного материала             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |   |                                                          |
|                                                                    | <b>16.</b>                                | <b>Коммуникационная политика предприятия</b><br>Понятие коммуникационной политики. Понятие системы ФОССТИС (формирования спроса и стимулирования сбыта). Продвижение товаров на рынок. Личная продажа. «Паблик рилейшенз» - работа по связям с общественностью. Формирование благоприятного имиджа организации. | 2        | 2 | <i>OK01,02,03,04<br/>,05,09<br/>ЛР 14,19, 21,<br/>23</i> |
|                                                                    | <b>17.</b>                                | <b>Реклама</b><br>Понятие, цели, функции, виды рекламы в системе маркетинга. Правовые основы рекламной деятельности. Организация рекламной кампании.                                                                                                                                                            | 2        | 2 |                                                          |
|                                                                    | <b>Практическое занятие</b>               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>2</b> |   |                                                          |
|                                                                    | <b>18.</b>                                | <b>№6.</b> Изучение правовых основ рекламы.                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2        | 3 |                                                          |
|                                                                    | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |   |                                                          |
| <b>Тема 9.<br/>Маркетинговые<br/>исследования</b>                  | Содержание учебного материала             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 6        |   |                                                          |
|                                                                    | <b>19.</b>                                | <b>Маркетинговые исследования.</b><br>Понятие, цели, задачи, направления, виды, объекты маркетинговых исследований. Понятие маркетинговой информации: назначение, виды, источники (внутренние и внешние). Понятие маркетинговой информационной системы (МИС).                                                   | 2        | 2 | <i>OK01,02,03,04<br/>,05,09<br/>ЛР 14,19, 21,<br/>23</i> |

|                                                         |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |   |                                                          |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|----------------------------------------------------------|
|                                                         | <b>20.</b>                    | <b>Методы маркетинговых исследований.</b><br>Виды и методы маркетинговых исследований. Схема маркетингового исследования.                                                                                                                                                         | 2         | 2 |                                                          |
|                                                         | <b>Практические занятия</b>   |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2         |   |                                                          |
|                                                         | <b>21.</b>                    | <b>№ 7. Составление и анализ анкет по основным параметрам.</b>                                                                                                                                                                                                                    | 2         | 3 |                                                          |
| <b>Тема 10.<br/>Стратегия и планирование маркетинга</b> | Содержание учебного материала |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2         |   |                                                          |
|                                                         | <b>22.</b>                    | <b>Стратегия и планирование маркетинга</b><br>Понятие маркетинговой стратегии и тактики. Методы прогнозирования потребностей на рынке: понятие, значение, виды. Маркетинговая часть бизнес-плана, её взаимосвязь с экономической частью. Содержание и структура плана маркетинга. | 2         | 2 | <i>OK01,02,03,04<br/>,05,09<br/>ЛР 14,19, 21,<br/>23</i> |
|                                                         |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |   |                                                          |
| <b>Всего:</b>                                           |                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>44</b> |   |                                                          |

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета (основ) маркетинга

##### Оборудование учебного кабинета:

Парта одноместная – 18 шт.

Стул мягкий – 1 шт.

Доска м/м – 1 шт.

Парта комп. – 11 шт.

Стол преподавательский – 1 шт.

Стулья – 29 шт.

Компьютеры:

Intel Core i5-3450 3.1GHz, 8Gb, 500Gb, W10\_64 – 9 шт.

Intel Core i3-7100 3.9GHz, 8Gb, 500Gb, W10\_64 – 2 шт.

Мониторы

NEC AccuSync LCD 224WM – 2 шт.

ASUS VS197 – 2 шт.

NEC LCD 22WV – 5 шт.

ACER AL1917 – 1 шт.

ACER V193HQV – 1 шт.

Терминал: VIA Nehemiah 1.33GHz, 1Gb, 80Gb, XP Pro,

Radeon 9250 – 1 шт.

Моноблок: ACER C24-1650, Intel Core i3-1115G4 3GHz,

8Гб, 250Гб, Win 10 Prof 64 - 1 шт.

Проектор: BENQ MX501 – 1 шт.

Камера видеонаблюдения: HD Camera Hiseeu – 1 шт.

Колонки: Topdevice – 1 шт.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Нормативные документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) Часть 4. от 18.12.2006 №230-ФЗ [Электронная версия] // СПС КонсультантПлюс.
2. ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 №135-ФЗ [Электронная версия] // СПС КонсультантПлюс
3. "О рекламе" ФЗ от 13.03.2006 N 38-ФЗ [Электронная версия] // СПС КонсультантПлюс.

##### Основные источники:

1. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510420>
2. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511681>
3. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

|                                    |                                                                                                                                   |               |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| АНП ОО<br>Академический<br>колледж | Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг»<br>Специальность 38.02.03 Операционная деятельность в логистике<br>Автор Валуева И.И. | стр. 10 из 12 |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|

### **Дополнительные источники:**

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].
3. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].
4. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].

### **Интернет - ресурсы:**

1. Справочная поисковая система «КонсультантПлюс». Форма доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
2. Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>
3. Электронный ресурс «Наука и техника, экономика и бизнес». Форма доступа: [www.nauki-online.ru/ekonomika](http://www.nauki-online.ru/ekonomika)
4. <http://ecsocman.edu.ru>
5. Электронный ресурс «Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». Форма доступа: [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

| Результаты обучения<br>(освоенные умения, усвоенные знания)                                                            | Формы и методы контроля и оценки<br>результатов обучения                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Должен знать:</b>                                                                                                   |                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>тестирование</li> <li>фронтальный опрос</li> </ul>                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>окружающую среду маркетинга;</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>тестирование</li> </ul>                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>комплекс маркетинга и составляющие его элементы;</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>тестирование</li> <li>решение ситуаций</li> <li>проверка конспектов по срс</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>методы и этапы проведения маркетинговых исследований</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>устный опрос</li> </ul>                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>стратегия и планирование маркетинга.</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>фронтальный опрос</li> </ul>                                                          |
| <b>Должен уметь:</b>                                                                                                   |                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>решение ситуаций</li> <li>выполнение и защита выполненных заданий</li> </ul>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>сегментировать рынок отдельных товаров;</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>решение ситуаций</li> <li>выполнение и защита выполненных заданий</li> </ul>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>разрабатывать и применять на практике элементы комплекса маркетинга;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>решение ситуаций</li> <li>выполнение и защита выполненных заданий</li> </ul>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>разрабатывать торговый знак;</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>решение ситуаций</li> <li>выполнение и защита выполненных заданий</li> </ul>          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>составлять анкету для исследования рынка;</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>выполнение и защита выполненных заданий</li> </ul>                                    |