



Автономная некоммерческая
профессиональная образовательная организация
«Региональный экономико-правовой колледж»
(АНПОО «РЭПК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор



Л.А. Полухина

«17» декабря 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 Основы маркетинга

(индекс, наименование дисциплины)

38.02.03 Операционная деятельность в логистике

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

Операционный логист

(наименование квалификации)

Уровень базового образования обучающихся **Основное общее образование**

(основное общее образование/общее образование)

Форма обучения

Очная, заочная

Год начала подготовки

2026

Рекомендована к использованию филиалами АНПОО «РЭПК»

Воронеж 2025

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры экономики и бухгалтерского учета.

Протокол от 17.12.2025 г. № 5.

Заведующий кафедрой

(занимаемая должность)



(подпись)

Т.Н. Бойчак

(инициалы, фамилия)

Разработчик:

Н.П. Семейкина, преподаватель

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 Основы маркетинга

(индекс, наименование дисциплины)

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 апреля 2022 г. № 257 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 02 июня 2022 г. Регистрационный N 68712) и является частью образовательной программы, и является частью образовательной программы в части освоения соответствующих общих компетенций (далее – ОК) и профессиональных компетенций (далее – ПК):

Код компетенции	Наименование компетенции
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке.
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «ОП.13 Основы маркетинга» относится к дисциплинам общепрофессионального цикла.

Базируется на ранее изученных дисциплинах: «Экономика организации», «Финансы, денежное обращение и кредит», «Менеджмент».

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

«ОП.13 Основы маркетинга» является прикладной общепрофессиональной дисциплиной и призвана сформировать систему базовых знаний и практических навыков в области маркетинга, которые могут быть использованы обучающимися в процессе профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен уметь:

Организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации (У1);

Объяснять последствия принятия управленческих решений (У2);

Разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации (У3);

Разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность (У4);

Ставить и решать задачи операционного маркетинга (У5).

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен знать:

Последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (З1);

Принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования (З2);

Основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений (З3);

Теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации (З4);

Принципы развития и закономерности развития организации (З5);

Основы маркетинговых коммуникаций (З6);

Содержание маркетинговой концепции управления (З7);

Методы маркетинговых исследований (З8).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы для очной формы обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	66
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	40
в том числе:	
лекции	20
практические занятия (в том числе промежуточная аттестация)	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
в том числе:	
<i>изучение и составление конспектов теоретического материала</i>	20
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного экзамен	6

2.2. Объем дисциплины и виды учебной работы для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	66
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	16
в том числе:	
лекции	8
практические занятия (в том числе промежуточная аттестация)	8
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	44
в том числе:	
<i>изучение и составление конспектов теоретического материала</i>	40
<i>домашняя контрольная работа</i>	4
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного экзамен	6

2.3. Тематический план и содержание дисциплины для очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1. Сущность маркетинга, виды и категории. Концепции маркетинга.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-5,-; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинг, потребность, нужда, желание, спрос, продукт, обмен, сделка, рынок. Субъекты и объекты маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Концепции маркетинга. Виды маркетинга.		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 1 «Сущность маркетинга, виды и категории. Концепции маркетинга» (вопросы для контроля знаний): 1) основные понятия в маркетинге, цели, задачи, функции; 2) эволюция концепций маркетинга; 3) виды маркетинга.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «История становления маркетинга как науки»; 2) доклад на тему: «Развитие маркетинга в России».	2	
Тема 2. Маркетинговая среда предприятия.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговая среда предприятия. Микросреда: поставщики, клиентура, маркетинговые посредники, конкуренты, контактные аудитории. Макросреда: социально-демографические, экономические, климатические и природно-географические, технологические, политико-правовые, культурные факторы.		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 2 «Маркетинговая среда предприятия.» (вопросы для контроля знаний): 1) факторы внешней микросреды предприятия; 2) факторы внешней макросреды предприятия.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) выполнение письменного домашнего задания: «Характеристика влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия»; 2) доклад на тему: «Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой»; 3) доклад на тему: «Основные тенденции в развитии маркетинговой макросреды в России».	2	
Тема 3. Система маркетинговых исследований и маркетинговая информация.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговые исследования, цель, задачи, объекты. Маркетинговая информация, первичные и вторичные данные. Методы сбора информации: наблюдение, фокус-группы, интервью, панель, эксперимент. Методика проведения маркетингового исследования.		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 3 «Система маркетинговых исследований и маркетинговая информация» (вопросы для контроля знаний): 1) маркетинговые исследования: понятие, цели и объекты;	2	

	2) маркетинговая информация; 3) методы сбора информации; 4) методика проведения маркетинговых исследований.		
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) выполнение письменного домашнего задания: «Проведение маркетингового исследования (открытие круглосуточного киоска по продаже цветов)»; 2) доклад на тему: «Составление выборки в маркетинге»; 3) доклад на тему: «Основные проблемы сбора маркетинговой информации».	2	
Тема 4. Сегментация рынков и позиционирование товаров.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	оценка рынка сбыта, сегмент рынка сбыта, критерии сегментирования, признаки сегментирования. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара и его ошибки.		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 4 «Сегментация рынков и позиционирование товаров» (вопросы для контроля знаний): 1) критерии и признаки сегментации рынка; 2) выбор целевого сегмента и стратегия охвата рынка; 3) позиционирование товара на рынке.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Основные признаки сегментации и их характеристика»; 2) доклад на тему: «Самые привлекательные рыночные сегменты для предприятия».	2	
Тема 5. Товар и товарная политика.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	товар, товарная единица, классификация товаров, функции товара, характеристики товара. Товарная политика и ее направления. Жизненный цикл товара и факторы на него влияющие. Товарный ассортимент, характеристики товарного ассортимента, товарная номенклатура, ассортиментная политика. Процесс создания нового товара, свойства, качества товара. Сервис в системе товарной политики и его характеристики		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 5 «Товар и товарная политика» (вопросы для контроля знаний): 1) понятие товара и основные виды классификации товаров; 2) жизненный цикл товара; 3) товарный ассортимент; 4) марка товара; 5) создание нового товара; 6) сервис в системе товарной политики.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Проблемы товарной политики в России»; 2) доклад на тему: «Упаковка товара»; 3) доклад на тему: «Процесс и методы выработки новых идей создания товара».	2	
Тема 6. Маркетинговый подход к ценообразованию.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	ценообразование, цена. Ценовая политика, ценовая стратегия, ценовая тактика. Принципы ценообразования, факторы ценообразования. Методы ценообразования.		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 6 «Маркетинговый подход к ценообразованию» (вопросы для контроля знаний): 1) экономическое содержание ценовой политики; 2) проблемы и условия ценообразования; 3) факторы ценообразования; 4) методы ценообразования.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Стратегия и тактика ценообразования»;	2	

	2) доклад на тему: «Система скидок на предприятии».		
Тема 7. Система товародвижения.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	товародвижение, издержки товародвижения, элементы организации товародвижения, задачи товародвижения. Маркетинговая логистика. Каналы распределения, участники канала распределения, характеристики каналов распределения. Оптовая торговля: характеристики и функции. Розничная торговля: виды, классификация. Сбыт и сбытовая политика, сбытовая стратегия и тактика		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 7 «Система товародвижения» (вопросы для контроля знаний): 1) процесс товародвижения; 2) каналы распределения; 3) оптовая и розничная торговля; 4) сбытовая политика фирмы.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы»; 2) доклад на тему: «Франчайзинг»; 3) доклад на тему: «Интернет как канал распределения».	2	
Тема 8. Маркетинговая коммуникация.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговая коммуникация, цель и задачи коммуникации. Элементы и модели коммуникационного процесса. Комплекс маркетинговых коммуникаций.. методы разработки бюджета стимулирования		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 8 «Маркетинговая коммуникация» (вопросы для контроля знаний): 1) маркетинговые коммуникации: понятие, цели, комплекс маркетинговых коммуникаций; 2) комплекс стимулирования: бюджет, факторы.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Разработка комплексного бюджета стимулирования»; 2) доклад на тему: «Стратегия «проталкивания» товара и стратегия привлечения потребителя к товару».	2	
Тема 9. Формы коммуникации в маркетинге.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговая коммуникация, виды: рекламные, стимулирование сбыта, личные продажи, связи с общественностью, прямой маркетинг, выставки и ярмарки, незапланированные коммуникации, пропаганда.		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 9 «Формы коммуникации в маркетинге» (вопросы для контроля знаний): 1) виды маркетинговых коммуникаций; 2) реклама; 3) стимулирование сбыта; 4) пропаганда.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Личные (персональные) продажи»; 2) доклад на тему: «Связи с общественностью»; 3) доклад на тему: «Прямой маркетинг»; 4) доклад на тему: «Выставки и ярмарки».	2	
Тема 10. Конкуренция и конкурентоспособность в маркетинге.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	конкуренция, типы конкуренции, конкурентные преимущества. Конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности. Конкурентоспособность товара. Качество продукции. Этапы конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности. Конкурентная борьба. Факторы конкурентоспособности.		
	Лекции	2	
	Практическое занятие № 10 «Конкуренция и конкурентоспособность в маркетинге» (вопросы для контроля знаний): 1) конкуренция: сущность, типы, факторы;	2	

	2) конкурентоспособность товара: понятие, факторы.		
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Элементы конкурентоспособности продукции»; 2) доклад на тему: «Конкурентные стратегии предприятия».	2	
Промежуточная аттестация	Экзамен	6	
Всего:		66	

2.4. Тематический план и содержание дисциплины для заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1. Сущность маркетинга, виды и категории. Концепции маркетинга.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинг, потребность, нужда, желание, спрос, продукт, обмен, сделка, рынок. Субъекты и объекты маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Концепции маркетинга. Виды маркетинга.		
	Лекции	1	
	Практическое занятие № 1 «Сущность маркетинга, виды и категории. Концепции маркетинга» (вопросы для контроля знаний): 1) основные понятия в маркетинге, цели, задачи, функции; 2) эволюция концепций маркетинга; 3) виды маркетинга.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «История становления маркетинга как науки»; 2) доклад на тему: «Развитие маркетинга в России».	4	
Тема 2. Маркетинговая среда предприятия.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговая среда предприятия. Микросреда: поставщики, клиентура, маркетинговые посредники, конкуренты, контактные аудитории. Макросреда: социально-демографические, экономические, климатические и природно-географические, технологические, политико-правовые, культурные факторы.		
	Лекции	1	
	Практическое занятие № 2 «Маркетинговая среда предприятия.» (вопросы для контроля знаний): 1) факторы внешней микросреды предприятия; 2) факторы внешней макросреды предприятия.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) выполнение письменного домашнего задания: «Характеристика влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия»; 2) доклад на тему: «Взаимодействие предприятия с маркетинговой средой»; 3) доклад на тему: «Основные тенденции в развитии маркетинговой макросреды в России».	4	
Тема 3. Система маркетинговых исследований и маркетинговая информация.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговые исследования, цель, задачи, объекты. Маркетинговая информация, первичные и вторичные данные. Методы сбора информации: наблюдение, фокус-группы, интервью, панель, эксперимент. Методика проведения маркетингового исследования.		
	Лекции	1	
	Практическое занятие № 3 «Система маркетинговых исследований и маркетинговая информация» (вопросы для контроля знаний): 1) маркетинговые исследования: понятие, цели и объекты; 2) маркетинговая информация;	1	

	3) методы сбора информации; 4) методика проведения маркетинговых исследований.		
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) выполнение письменного домашнего задания: «Проведение маркетингового исследования (открытие круглосуточного киоска по продаже цветов)»; 2) доклад на тему: «Составление выборки в маркетинге»; 3) доклад на тему: «Основные проблемы сбора маркетинговой информации».	4	
Тема 4. Сегментация рынков и позиционирование товаров.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	оценка рынка сбыта, сегмент рынка сбыта, критерии сегментирования, признаки сегментирования. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара и его ошибки.		
	Лекции	1	
	Практическое занятие № 4 «Сегментация рынков и позиционирование товаров» (вопросы для контроля знаний): 1) критерии и признаки сегментации рынка; 2) выбор целевого сегмента и стратегия охвата рынка; 3) позиционирование товара на рынке.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Основные признаки сегментации и их характеристика»; 2) доклад на тему: «Самые привлекательные рыночные сегменты для предприятия».	4	
Тема 5. Товар и товарная политика.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	товар, товарная единица, классификация товаров, функции товара, характеристики товара. Товарная политика и ее направления. Жизненный цикл товара и факторы на него влияющие. Товарный ассортимент, характеристики товарного ассортимента, товарная номенклатура, ассортиментная политика. Процесс создания нового товара, свойства, качества товара. Сервис в системе товарной политики и его характеристики		
	Лекции	1	
	Практическое занятие № 5 «Товар и товарная политика» (вопросы для контроля знаний): 1) понятие товара и основные виды классификации товаров; 2) жизненный цикл товара; 3) товарный ассортимент; 4) марка товара; 5) создание нового товара; 6) сервис в системе товарной политики.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Проблемы товарной политики в России»; 2) доклад на тему: «Упаковка товара»; 3) доклад на тему: «Процесс и методы выработки новых идей создания товара».	4	
Тема 6. Маркетинговый подход к ценообразованию.	Содержание учебного материала	6	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	ценообразование, цена. Ценовая политика, ценовая стратегия, ценовая тактика. Принципы ценообразования, факторы ценообразования. Методы ценообразования.		
	Лекции	1	
	Практическое занятие № 6 «Маркетинговый подход к ценообразованию» (вопросы для контроля знаний): 1) экономическое содержание ценовой политики; 2) проблемы и условия ценообразования; 3) факторы ценообразования; 4) методы ценообразования.	1	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Стратегия и тактика ценообразования»; 2) доклад на тему: «Система скидок на предприятии».	4	

Тема 7. Система товародвижения.	Содержание учебного материала	5	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	товародвижение, издержки товародвижения, элементы организации товародвижения, задачи товародвижения. Маркетинговая логистика. Каналы распределения, участники канала распределения, характеристики каналов распределения. Оптовая торговля: характеристики и функции. Розничная торговля: виды, классификация. Сбыт и сбытовая политика, сбытовая стратегия и тактика		
	Лекции	0,5	
	Практическое занятие № 7 «Система товародвижения» (вопросы для контроля знаний): 1) процесс товародвижения; 2) каналы распределения; 3) оптовая и розничная торговля; 4) сбытовая политика фирмы.	0,5	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы»; 2) доклад на тему: «Франчайзинг»; 3) доклад на тему: «Интернет как канал распределения».	4	
Тема 8. Маркетинговая коммуникация.	Содержание учебного материала	5	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговая коммуникация, цель и задачи коммуникации. Элементы и модели коммуникационного процесса. Комплекс маркетинговых коммуникаций.. методы разработки бюджета стимулирования		
	Лекции	0,5	
	Практическое занятие № 8 «Маркетинговая коммуникация» (вопросы для контроля знаний): 1) маркетинговые коммуникации: понятие, цели, комплекс маркетинговых коммуникаций; 2) комплекс стимулирования: бюджет, факторы.	0,5	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Разработка комплексного бюджета стимулирования»; 2) доклад на тему: «Стратегия «проталкивания» товара и стратегия привлечения потребителя к товару».	4	
Тема 9. Формы коммуникации в маркетинге.	Содержание учебного материала	5	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	маркетинговая коммуникация, виды: рекламные, стимулирование сбыта, личные продажи, связи с общественностью, прямой маркетинг, выставки и ярмарки, незапланированные коммуникации, пропаганда.		
	Лекции	0,5	
	Практическое занятие № 9 «Формы коммуникации в маркетинге» (вопросы для контроля знаний): 1) виды маркетинговых коммуникаций; 2) реклама; 3) стимулирование сбыта; 4) пропаганда.	0,5	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Личные (персональные) продажи»; 2) доклад на тему: «Связи с общественностью»; 3) доклад на тему: «Прямой маркетинг»; 4) доклад на тему: «Выставки и ярмарки».	4	
Тема 10. Конкуренция и конкурентоспособность в маркетинге.	Содержание учебного материала	9	ОК 1-9; ПК 1.1 1.3 2.1
	конкуренция, типы конкуренции, конкурентные преимущества. Конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности. Конкурентоспособность товара. Качество продукции. Этапы конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности. Конкурентная борьба. Факторы конкурентоспособности.		
	Лекции	0,5	
	Практическое занятие № 10 «Конкуренция и конкурентоспособность в маркетинге» (вопросы для контроля знаний): 1) конкуренция: сущность, типы, факторы; 2) конкурентоспособность товара: понятие, факторы.	0,5	

	Самостоятельная работа обучающихся: 1) доклад на тему: «Элементы конкурентоспособности продукции»; 2) доклад на тему: «Конкурентные стратегии предприятия».	4	
	Работа над домашней контрольной работой	3	
	Защита контрольной работы	1	
Промежуточная аттестация	Экзамен	6	
Всего:		66	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы предполагает наличие учебного кабинета менеджмента.

Оборудование учебного кабинета: рабочее место преподавателя (стол, стул); мебель ученическая; доска для письма мелом; информационные стенды; трибуна для выступлений.

Технические средства обучения: доска для письма мелом; информационные стенды; трибуна для выступлений.

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Основные источники

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583463>

2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19458-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562463>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21300-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569589>

3.2.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Поисковая система нормативных правовых актов «КонсультантПлюс» — www.consultant.ru.

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - www.gsk.ru;
2. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ - www.economy.gov.ru;
3. Официальный сайт журнала «Экономика России: XXI век» - www.ruseconomy.ru;
4. Официальный сайт журнала «Вопросы экономики» www.vopreco.ru;
5. Официальный сайт журнала «Экономист» www.economist.com.ru;
6. Образовательно-справочный сайт - www.economics.ru
7. Журнал «Вопросы экономики» - <http://www.vopreco.ru/>
8. Журнал «Проблемы современной экономики» - <http://www.m-economy.ru/>
9. Журнал «Кадры предприятия» - <http://www.kapr.ru>
10. <http://student.ru>
11. www.hse.ru (Институт макроэкономических исследований и прогнозирования ГУ ВШЭ).
12. Официальный сайт для бухгалтеров, аудиторов, налоговых консультантов - www.buhgalteria.ru;
13. Проект Бухучет и налоги для новичков и профессионалов - www.snezhana.ru.

3.2.4. Современные профессиональные базы данных

1. Справочная правовая система «Консультант Плюс» База данных «Бухгалтерский учет и отчетность субъектов малого предпринимательства» Минфина России - https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/buh-otch_mp/law/
2. "Система Профессионального Анализа Рынка и Компаний" (СПАРК)

3.2.5. Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Word
2. Microsoft Excel

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Формы и методы контроля результатов обучения

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки
<i>Уметь:</i>	
Организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации (У1);	~ Оценка выполнения практического задания, ~ практические занятия, ~ внеаудиторная самостоятельная работа, ~ аудиторные проверочные работы
Объяснять последствия принятия управленческих решений (У2);	
Разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации (У3);	
Разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность (У4);	
Ставить и решать задачи операционного маркетинга (У5).	
<i>Знать:</i>	
Последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (31);	. оценка по итогам выполнения практикумов; ~ выполнение письменных проверочных работ; ~ оценка по результатам выполнения домашнего теста;
Принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования (32);	
Основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений (33);	
Теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации (34);	
Принципы развития и закономерности развития организации (35);	
Основы маркетинговых коммуникаций (36);	
Содержание маркетинговой концепции управления (37);	

4.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания уровня сформированности знаний и умений

4.2.1. Критерии оценивания выполнения практической работы

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обучающийся дает четкие, развернутые ответы на поставленные вопросы. Выполняет без наводящих вопросов и указаний расчеты	В расчетных заданиях допущены незначительные ошибки	Обучающийся правильно излагает только часть материала. В расчетных заданиях допущены ошибки	Обучающийся не владеет методиками расчета основных трудовых показателей

4.2.2. Критерии оценки тестирования.

На выполнение тестовых заданий дается определенное время из расчета:

- бинарный – пол-минуты на вопрос (следует использовать при текущем контроле знаний в процессе освоения материала);
- тесты «4:1» - «из четырех ответов один правильный – минута на вопрос;
- тест «6:М» - из 6 предложенных ответов любой может быть правильным – 1,5 минуты на вопрос.

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Выполнение 4/5 тестового материала	Выполнено 3/4 тестового материала	Выполнено более 1/2 тестового материала	Выполнено менее половины заданий

4.2.3. Критерии оценки устного опроса, контрольной работы

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Обучающийся дает четкие, развернутые ответы на поставленные вопросы. Выполняет без наводящих вопросов и указаний расчеты и тесты.	Обучающийся правильно излагает материал. Для выяснения деталей используются наводящие вопросы. В расчетных заданиях допущены незначительные ошибки.	Обучающийся правильно излагает только часть материала. Недостаточно четко и полно отвечает на дополнительные вопросы. В расчетных заданиях допущены ошибки.	Обучающийся не может изложить содержание более половины предложенных вопросов. Не отвечает на дополнительные вопросы. Не владеет методиками расчета основных трудовых показателей.

4.2.4. Критерии оценивания выполнения докладов

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
тема раскрыта в полном объеме и автор свободно в ней ориентируется, последовательно и логично, материал доклада актуален и разнообразен (проанализированы несколько различных источников) выводы аргументированы, обучающийся ответил на вопросы преподавателя и аудитории	тема раскрыта в целом полно, последовательно и логично, выводы аргументированы, но при защите доклада обучающийся в основном читал доклад и не давал собственных пояснений; обучающийся недостаточно полно и уверенно отвечал на вопросы преподавателя и аудитории	тема раскрыта не полностью, тезисы и утверждения не достаточно согласованы, аргументация выводов недостаточно обоснована, доклад выполнен на основании единственного источника, на вопросы преподавателя аудитории обучающийся не ответил	не соответствует критериям «удовлетворительно»

4.2.5. Критерии оценивания внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть:

- для овладения знаниями:
 - ~ чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
 - ~ конспектирование текста;
 - ~ использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;
- для закрепления и систематизации знаний:
 - ~ работа с конспектом лекции (обработка текста);
 - ~ повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа;
 - ~ подготовка курсовой работы;
- для формирования умений:
 - ~ решение задач и упражнений по образцу;
 - ~ решение вариативных задач и упражнений;
 - ~ решение ситуационных производственных (профессиональных) задач;
 - ~ проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать специфику специальности, изучаемой дисциплины, индивидуальные особенности обучающегося.

При предъявлении видов заданий на внеаудиторную самостоятельную работу рекомендуется использовать дифференцированный подход к обучающимся. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает обучающихся о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания. Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить консультации за счет общего бюджета времени, отведенного на консультации.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме, с представлением изделия или продукта творческой деятельности обучающегося.

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося являются:

- уровень освоения обучающимся учебного материала;
- умение обучающегося использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность общеучебных умений;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

4.2.6. Критерии оценивания знаний и умений по итогам освоения дисциплины

Итоговый контроль проводится в форме экзаменов.

К экзамену допускаются студенты, успешно выполнившие все виды отчетности, предусмотренные по дисциплине учебным планом. В ходе экзамена проверяется степень усвоения материала, умение четко и кратко отвечать на поставленные вопросы, решать предложенные задачи, делать конкретные выводы. Итоговая оценка охватывает проверку достижения всех заявленных целей изучения дисциплины и проводится для контроля уровня понимания студентами связей между различными ее элементами.

В ходе итогового контроля акцент делается на проверку способностей студентов к творческому мышлению и использованию понятийного аппарата дисциплины в решении профессиональных задач по соответствующей специальности.

Знания, умения и навыки обучающихся на экзамене оцениваются по пятибалльной системе. Оценка объявляется студенту по окончании его ответа. Положительная оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»)

заносятся в зачетно-экзаменационную ведомость и зачетную книжку лично преподавателем. Оценка «неудовлетворительно» проставляется только в экзаменационную ведомость студента.

Общими критериями, определяющими оценку знаний являются

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Студент дает четкие, развернутые ответы на поставленные вопросы билетов. Выполняет без наводящих вопросов и указаний расчеты	Студент правильно излагает материал. Для выяснения деталей используются наводящие вопросы. В расчетных заданиях допущены незначительные ошибки.	Студент правильно излагает только часть материала. Недостаточно четко и полно отвечает на дополнительные вопросы. В расчетных заданиях допущены ошибки.	Студент не может изложить содержание более половины предложенных вопросов. Не отвечает на дополнительные вопросы. Не владеет методиками расчета основных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.