



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

**Среднее 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	<b>6</b>	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	<b>6</b>	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	<b>6</b>	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:		<b>66</b>	

## 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	<b>6</b>	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	<b>6</b>	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	<b>6</b>	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	<b>5</b>	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	<b>5</b>	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	<b>5</b>	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	<b>9</b>	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:		<b>66</b>	

### **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](http://www.consultant.ru).

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