Министерство сельского хозяйства Российской Федерации федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ
Декан инженерного факультета
П.Н. Вылегжанин
"18" สถายาส 2023 ก

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой экономики и менеджмента

Учебный план Направление подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно- технологических

машин и комплексов

Направленность (профиль) образовательной программы "Автомобили и

зачеты 6

автомобильное хозяйство"

Квалификация бакалавр

Форма обучения очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Часов по учебному плану 108 Виды контроля в семестрах:

в том числе:

аудиторные занятия 32 самостоятельная работа 76

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)			
Недель	16			
Вид занятий	УП	РΠ	УΠ	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	10	108

Программу составил(и):				
программу составил(и): к.э.н. , доцент кафедры экономики и менеджмента, Маракулина Ирина Викторовна				
Рецензент(ы):				
к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Шиврина Татьяна Борисовна 				
Рабочая программа дисциплины				
Маркетинг разработана в соответствии с ФГОС:				
ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (приказ Минобрнауки России от 07.08.2020 г. № 916)				
составлена на основании Учебного плана:				
Направление подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов Направленность (профиль) образовательной программы "Автомобили и автомобильное хозяйство" одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 18.04.2023 протокол № 5.				
Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией				
Протокол № 8 от "18" апреля 2023 г.				
Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры				
экономики и менеджмента				

Зав. кафедрой ______к.б.н., доцент Лежнина Ольга Владимировна

Протокол № 8а от "18 " апреля 2023 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ""	_ 2024 г. №
Зав. кафедрой	
Рабочая программа пересмотрена, обсужд	дена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
экономики и менеджмента	
Протокол от ""	_ 2025 г. №
Зав. кафедрой	_
	дена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
экономики и менеджмента	
Протокол от ""	_ 2026 г. №
Зав. кафедрой	<u> </u>
Рабочая программа пересмотрена, обсужд	дена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
экономики и менеджмента	
Протокол от ""	_ 2027 г. №
Зав. кафедрой	

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга, понимания процесса маркетинга как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности на товарных рынках

	2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУК	ТУРЕ ОПС	П		
Цикл ((раздел) ОПОП: Б1.В				
3. KOM	ПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗ (МОДУЛЯ)				
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения п	в различных	областях	жизнедеятел	ьности
УК	-10.2 Правильно использует финансовые инструменты для управле	иманрип кин	и финанса	ми (личным	бюджетом)
ПК-5	Способен организовывать работы по повышению эффективно транспортных и транспортно-технологических машин в орган		дственной	і и техничесь	кой эксплуатации
П	 К-5.2 Способен в составе рабочей группы участвовать в разработке с определением ресурсов, обоснованием набора заданий для г техническом обслуживании, ремонте и эксплуатации транспо 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИГ 	тодразделени ртных и тран	й организ спортно-	вации, участы гехнологичес	вующих в
Код	4. СП ЭКТЭТА И СОДЕЛЖАНИЕ ДИСЦИГ Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр /	Часов	Инте	Примечание
занятия	Раздел 1. Основные понятия маркетинга	Kypc		ракт.	
1.1	Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом /Лек/	6	1	0	
1.2	Маркетинговая среда и маркетинговая информационная система. Принципы работы с экономическими данными /Лек/	6	1	0	
1.3	Комплексное исследование рынка. Инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований /Лек/	6	2	0	
1.4	Основные методы маркетинга /Лек/	6	2	0	
1.5	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей /Лек/	6	2	0	
1.6	Функции маркетинга /Пр/	6	1	0	
1.7	Маркетинговая среда и маркетинговая информационная 6 1 0 система. Принципы работы с экономическими данными /Пр/				
1.8	Комплексное исследование рынка. Инструменты и методы 6 2 0 сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований /Пр/				
1.9	Основные методы маркетинга /Пр/	6	2	0	
	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей /Пр/	6	2	0	
	Раздел 2. Разработка комплекса маркетинга				
2.1	Особенности товарной и ценовой политики /Лек/	6	1	0	
2.2	Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок. /Лек/		1	0	
2.3	Исследование конкурентов и формирование конкурентных 6 2 0 преимуществ организации /Лек/ Срганизация маркетинговой деятельности предприятия. 6 2 0				
2.5	Организация маркетинговой деятельности предприятия. Контроль маркетинговой деятельности предприятия /Лек/ Специфика аграрного маркетинга /Лек/		2	0	
2.6	Специфика аграрного маркетинга /Лек/ 6 2 0 Особенности товарной и ценовой политики /Пр/ 6 1 0				+
2.7	Особенности говарной и ценовой политики /пр/ 6 1 0 Особенности сбытовой политики и политики продвижения 6 1 0 товара на рынок. /Пр/				
2.8	Инструменты маркетинга и их влияние на экономические 6 2 0 показатели деятельности /Пр/				
2.9	Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации /Пр/			0	
2.10	2.10 Организация маркетинговой деятельности предприятия. 6 Контроль маркетинговой деятельности предприятия /Пр/			0	
2.11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям /Ср/	6	40	0	
2.12	Подготовка к текущему контролю /Ср/	6	26	0	

2.13	Подготовка к зачету /Ср/	6	10	0	
2.14	/Зачёт/	6	0	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложении 1 и 2.

		6.1. Рекомендуемая литература				
		6.1.				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство			
Л.1	Секерин, В. Д.	Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://www.book.ru/book/919215	Москва.: Кнорус, 2016			
Л.2	Умавов, Ю. Д., Камалова, Т. А.	Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://book.ru/book/934278	М.: Кнорус, 2020			
Л.3	Захарова И.В., Евстигнеева Т.В.	Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс]: учебное пособие Режим доступа: https://book.ru/book/929525	КноРус, 2018			
Л.4	В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов Режим доступа: https://www.book.ru/book/926019	Москва: КноРус, 2017			
Л.5	под общ. ред. С. В. Карповой	Маркетинг. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/432769	Юрайт, 2019			
Л.6	М. Н. Григорьев	Маркетинг[Электронный ресурс]: учебник для вузов Режим доступа: https://urait.ru/bcode/449789	Юрайт, 2020			
Л.7	Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой	Маркетинг в агропромышленном комплексе [электронный ресурс]: учебник и практикум для вузов Режим доступа: https://urait.ru/bcode/450426	Юрайт, 2020			
Л.8	Беляев В.И.	Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс]: учебник Режим доступа: https://book.ru/book/938878	КноРус, 2021			
Л.9	Маракулина И.В.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вятски ГАТУ, 2021			
Л.10	Маракулина И.В.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для практических занятий Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp	ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ 2023			
	6.2. Перече	нь ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Научная электронная экрана	библиотека [Электронный ресурс] Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx	.asp Загл. c			
Э2	Финмаркет [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.finmarket.ru/ , свободный - Загл. с экрана.					
		6.3. Перечень информационных технологий 6.3.1 Перечень программного обеспечения				
6.3.1.1	NL, Win Home Bas 7 A	а семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7—AO NL AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 AO ne Product Key License)				
6.3.1.2		MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office	2013 OL NL, M			
6.3.1.3		spersky Endpoint Security				
6.3.1.4	Free Commander 2009	/02b				
	Google Chrome 39/0/2	1/71/65				
	Opera 26/0/1656/24					
	Adobe Reader XI 11/0	/09				
	Консультант Плюс					
6.3.1.9	Гарант Аэро					

6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант
6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
6.3.2.4	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ Режим доступа http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp
6.3.2.5	Профессиональная база данных: Центральная база статистических данных (ЦБСД) Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/databases
6.3.2.6	Профессиональная база данных: Региональная база статистических данных «Кировской области» Режим доступа: http://statkirov.ru/dg/dbinet.cgi
	Профессиональная база данных: Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, Режим доступа: http://www.dsx-kirov.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) представлено в Приложении 3 РПД.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся. При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих интерактивных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: работа в малых группах; использование общественных ресурсов, социальные проекты и другие внеаудиторные методы обучения; обсуждение и разрешение проблем; разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено учебным планом.

Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:

- подготовка к лекционным, практическим занятиям;
- подготовка к мероприятиям текущего контроля;
- подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

- 1. Подготовка к лекционным, практическим занятиям
- . Традиционной формой преподнесения материала является лекция. Курс лекций по предмету дает необходимую информацию по изучению закономерностей и тенденций развития объекта и предмета исследования изучаемой дисциплины. Лекционный материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только получить больше информации на лекции, но и правильно его структурировать, а в дальнейшем лучше освоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому (семинарскому) занятию обучающимся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, досконально изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить проблему и разнообразить процесс ее обсуждения.

2. Подготовка к мероприятиям текущего контроля.

В конце изучения каждой темы может проводиться тематическая контрольная работа, которая является средством текущего контроля оценки знаний. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

3. Подготовка к промежуточной аттестации

Подготовка к зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством промежуточного контроля. Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов практических занятий.

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Вятский государственный агротехнологический университет"

УТВЕРЖДАЮ
Декан инженерного факультета
П.Н. Вылегжанин
"18" апреля 2023 г.

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой экономики и менеджмента

Учебный план Направление подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно- технологических

машин и комплексов

Направленность (профиль) образовательной программы "Автомобили и

зачеты 3

автомобильное хозяйство"

Квалификация **бакалавр** Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Часов по учебному плану 108 Виды контроля на курсах:

в том числе:

 аудиторные занятия
 8

 самостоятельная работа
 96

 часов на контроль
 4

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3			Итого		
Вид занятий	УП	РΠ		111010		
Лекции	4	4	4	4		
Практические	4	4	4	4		
Итого ауд.	8	8	8	8		
Контактная работа	8	8	8	8		
Сам. работа	96	96	96	96		
Часы на контроль	4	4	4	4		
Итого	108	108	10	108		

Программу составил(и): к.э.н. , доцент кафедры экономики и менеджмента, Маракулина Ирина Викторовна				
Рецензент(ы):				
к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Шиврина Татьяна Борисовна				
Рабочая программа дисциплины				
Маркетинг разработана в соответствии с ФГОС:				
ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (приказ Минобрнауки России от 07.08.2020 г. № 916)				
составлена на основании Учебного плана:				
Направление подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов Направленность (профиль) образовательной программы "Автомобили и автомобильное хозяйство" одобренного и утвержденного Ученым советом университета от 18.04.2023 протокол № 5.				
Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена учебно-методической комиссией				
Протокол № 8 от "18" апреля 2023 г.				
Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры				
экономики и менеджмента				

Зав. кафедрой _______ к.б.н., доцент Лежнина Ольга Владимировна

Протокол № 8а от "18 " апреля 2023 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ""	2024 г. №
Зав. кафедрой	
D. c	2025 2026 - 5
Рабочая программа пересмотрена, обсу-	ждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Протокол от ""	
Зав. кафедрой	
Рабоная программа парасмотрана, обсуд	ждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
экономики и менеджмента	ждени и одоорени для неполнения в 2020-2027 учестом году на заседании кафедры
Протокол от ""_	2026 r. No
Зав. кафедрой	
<u></u>	
Рабочая программа пересмотрена, обсу-	ждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
экономики и менеджмента	
Протокол от ""	2027 г. №
Зав. кафедрой	

1. ЦЕЛЬ (ЦЕЛИ) ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 приобретение теоретических знаний и практических навыков в области маркетинга, понимания процесса маркетинга как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности на товарных рынках

	A MUSCING HANGHAN AND GERNAM				
H	2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУК (раздел) ОПОП: Б1.В	ТУРЕ ОПО	011		
	-	ЭХЛІ ТАТЕ	OCDOE	ниа писн	тип пин т
S. KON	ИПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗ (МОДУЛЯ)) JIDI AI E	OCBUE	ния дисп	(ИПЛИНЫ
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в	в различных	областях :	жизнедеятель	ности
УН	С-10.2 Правильно использует финансовые инструменты для управле	ния личными	и финанса	ми (личным (бюджетом)
ПК-5	Способен организовывать работы по повышению эффективно транспортных и транспортно-технологических машин в орган		дственной	и техническо	ой эксплуатации
Π	ГК-5.2 Способен в составе рабочей группы участвовать в разработке с определением ресурсов, обоснованием набора заданий для г	подразделени	й организ	ации, участв	ующих в
	техническом обслуживании, ремонте и эксплуатации транспо 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИІ				ких машин
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Основные понятия маркетинга				
1.1	Понятие, сущность и основные концепции управления маркетингом /Лек/	3	1	0	
1.2	Маркетинговая среда и маркетинговая информационная система. Принципы работы с экономическими данными /Лек/	3	1	0	
1.3	Комплексное исследование рынка. Инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований /Лек/	3	1	0	
1.4	Основные методы маркетинга /Лек/	3	1	0	
1.5	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей /Ср/	3	2	0	
1.6	Маркетинговая среда и маркетинговая информационная система. Принципы работы с экономическими данными /Ср/		2	0	
1.7	Комплексное исследование рынка. Инструменты и методы сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований /Ср/	3	2	0	
1.8	Основные методы маркетинга /Пр/	3	1	0	
1.9	Потребительские рынки. Покупательское поведение потребителей /Пр/	3	1	0	
	Раздел 2. Разработка комплекса маркетинга				
2.1	Особенности товарной и ценовой политики /Ср/	3	2	0	
2.2	Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок. /Ср/		2	0	
2.3	Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации /Cp/		2	0	
2.4	Организация маркетинговой деятельности предприятия. Контроль маркетинговой деятельности предприятия /Cp/	3	2	0	
2.5	Специфика аграрного маркетинга /Ср/	3	2	0	
2.6	Особенности товарной и ценовой политики /Пр/	3	1	0	
2.7	Особенности сбытовой политики и политики продвижения товара на рынок. /Пр/		1	0	
2.8	Инструменты маркетинга и их влияние на экономические показатели деятельности /Cp/		1	0	
2.9	Исследование конкурентов и формирование конкурентных преимуществ организации /Cp/		1	0	
2.10	Организация маркетинговой деятельности предприятия. Контроль маркетинговой деятельности предприятия /Ср/	3	2	0	
2.11	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к лекционным и практическим занятиям. Подготовка к текущему контролю /Ср/		14	0	

2.12	Самостоятельное изучение тем дисциплины. Подготовка к	3	46	0	
	лекционным и практическим занятиям. Подготовка к текущему				
	контролю /Ср/				
2.13	Подготовка домашней контрольной работы. Подготовка к	3	16	0	
	зачету /Ср/				
2.14	/Зачёт/	3	4	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Содержание фонда оценочных средств представлено в Приложении 1 и 2.

6.	. УЧЕБНО-МЕТОДИ	ЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
		6.1. Рекомендуемая литература	
		6.1.	
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство,
Л.1	Секерин, В. Д.	Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://www.book.ru/book/919215	Москва.: Кнорус, 2016
Л.2	Умавов, Ю. Д., Камалова, Т. А.	Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов Режим доступа: https://book.ru/book/934278	М.: Кнорус, 2020
Л.3	Захарова И.В., Евстигнеева Т.В.	Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс]: учебное пособие Режим доступа: https://book.ru/book/929525	КноРус, 2018
Л.4	В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков	Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов Режим доступа: https://www.book.ru/book/926019	Москва: КноРус, 2017
Л.5	под общ. ред. С. В. Карповой	Маркетинг. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата Режим доступа: https://urait.ru/bcode/432769	Юрайт, 2019
Л.6	М. Н. Григорьев	Маркетинг[Электронный ресурс]: учебник для вузов Режим доступа: https://urait.ru/bcode/449789	Юрайт, 2020
Л.7	Беляев В.И.	Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс]: учебник Режим доступа: https://book.ru/book/938878	КноРус, 2021
Л.8	Маракулина И.В.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы обучающихся Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp	Киров: Вятский ГАТУ, 2021
Л.9	Маракулина И.В.	Маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для практических занятий Режим доступа: http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp	ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ, 2023
	6.2. Перече	ень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	
Э1		библиотека [Электронный ресурс] Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx	х.asp Загл. с
Э2	Финмаркет [Электро:	нный ресурс] Режим доступа: http://www.finmarket.ru/ , свободный - Загл.	с экрана.
	1	6.3. Перечень информационных технологий	
		6.3.1 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	NL, Win Home Bas 7	ма семейства Windows (Windows Vista Business AO NL, MS Win Prof 7 AO NI AOL NL LGG, Win Starter 7 AO NL LGG, Win SL 8 AOL NL LGG, Win Prof 8 Ao ine Product Key License)	
6.3.1.2	2 Приложения Office (I OfficeStd 2016 RUS (MS Office Prof Plus 2007 AO NL, MS Office Prof Plus 2010 AO NL, MS Office DLP NL Acdmc)	2013 OL NL, MS
	3 Антивирусное ПО Ка	aspersky Endpoint Security	
	Free Commander 2009		
	Google Chrome 39/0/2	21/71/65	
	6 Opera 26/0/1656/24	voo.	
	7 Adobe Reader XI 11/0	//09	
	8 Консультант Плюс		
0.3.1.9	Р Гарант Аэро 6.3.2 Парачан нифе	причинанни ву сипаранни ву систам и сарпамания ву прафасанала зу чу у баз	лонии іу
6221		ррмационных справочных систем и современных профессиональных баз	данных
0.3.2.	г гинформационная спр	равочная система: КонсультантПлюс	

6.3.2.2	Информационная справочная система: Гарант
6.3.2.3	Профессиональная база данных: Научная электронная библиотека elibrary.ru Режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp
6.3.2.4	Профессиональная база данных: Электронный каталог ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ Режим доступа http://90.156.226.97/MarcWeb2/Default.asp
	Профессиональная база данных: Центральная база статистических данных (ЦБСД) Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/databases
	Профессиональная база данных: Региональная база статистических данных «Кировской области» Режим доступа: http://statkirov.ru/dg/dbinet.cgi
	Профессиональная база данных: Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Кировской области, Режим доступа: http://www.dsx-kirov.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) представлено в Приложении 3 РПД.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины проводится в форме аудиторных занятий и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся. При проведении аудиторных занятий предусмотрено применение следующих интерактивных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества: работа в малых группах; использование общественных ресурсов, социальные проекты и другие внеаудиторные методы обучения; обсуждение и разрешение проблем; разбор конкретных ситуаций. Количество часов занятий в интерактивных формах определено учебным планом.

Практическая подготовка при реализации дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:

- подготовка к лекционным, практическим занятиям;
- подготовка к мероприятиям текущего контроля;
- подготовка к промежуточной аттестации.

При организации самостоятельной работы необходимо, прежде всего, обратить внимание на ключевые понятия, несущие основную смысловую нагрузку в том или ином разделе учебной дисциплины.

- 1. Подготовка к лекционным, практическим занятиям
- . Традиционной формой преподнесения материала является лекция. Курс лекций по предмету дает необходимую информацию по изучению закономерностей и тенденций развития объекта и предмета исследования изучаемой дисциплины. Лекционный материал рекомендуется конспектировать. Конспекты позволяют обучающемуся не только получить больше информации на лекции, но и правильно его структурировать, а в дальнейшем лучше освоить.

Цель практических занятий заключается в закреплении теоретического материала по наиболее важным темам, в развитии у обучающихся навыков критического мышления в данной области знания, умений работы с учебной и научной литературой, нормативными материалами. В ходе подготовки к практическому (семинарскому) занятию обучающимся следует внимательно ознакомиться с планом, вопросами, вынесенными на обсуждение, досконально изучить соответствующий теоретический материал, предлагаемую учебную методическую и научную литературу. Рекомендуется обращение обучающихся к монографиям, статьям из специальных журналов, хрестоматийным выдержкам, а также к материалам средств массовой информации по теме, что позволяет в значительной мере углубить проблему и разнообразить процесс ее обсуждения.

2. Подготовка к мероприятиям текущего контроля.

В конце изучения каждой темы может проводиться тематическая контрольная работа, которая является средством текущего контроля оценки знаний. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.

- 3. Подготовка к промежуточной аттестации
- . Подготовка к зачету является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством промежуточного контроля. Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и других источников, повторение материалов практических занятий.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ для проведения промежуточной аттестации по дисциплине Маркетинг

Направление подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно- технологических машин и комплексов Направленность (профиль) образовательной программы "Автомобили и автомобильное хозяйство" Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «**Маркетинг**» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения – сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (п.2) в процессе изучения данной дисциплины.

ФОС включает в себя оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме зачета. ФОС разработан на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (уровень бакалавриата). Утвержден приказом Минобрнауки России от 07.08.2020 г. № 916;
- основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов направленности (профилю) программы бакалавриата «Автомобили и автомобильное хозяйство»;
- Положения «О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования».

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10)
- Способен организовывать работы по повышению эффективности производственной и технической эксплуатации транспортных и транспортно-технологических машин в организации (ПК-5)

Код формируе	в пр	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы					
мой компетенц ии	Начальный этап	Основной этап	Заключительный этап				
УК-10	Производственная практика (Технологическая (производственно-технолог ическая) практика) Производственная практика (Технологическая практика) Экономическая теория	Политология Экономика отрасли Маркетинг Деловая игра Основы предпринимательской деятельности	Экономика предприятия Производственная практика (Преддипломная практика) Государственная итоговая аттестация				
ПК-5	Технология и организация торговли автомобилями, запасными частями и автопринадлежностями	Основы теории надежности Производственно-техническая инфраструктура предприятий Технологические процессы технического обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования Маркетинг Производственная практика (Эксплуатационная практика)	Анализ хозяйственной деятельности автотранспортных предприятий Техническая эксплуатация автомобилей Логистика, организация автомобильных перевозок и безопасность движения Рынок труда и его регулирование Ресурсосбережение при проведении технического обслуживания и ремонта Типаж и эксплуатация технологического оборудования Проектирование предприятий автомобильного транспорта Производственная практика (Преддипломная практика) Государственная итоговая аттестация				

3. Планируемые результаты освоения образовательной программы по дисциплине, выраженные через

компетенции и индикаторы их достижений, описание шкал оценивания

Код и	Код и	наименование индикатора достижения	Наименова	Наименование
наименование		формируемой компетенции	ние	оценочного
формируемых			контролир	средства
компетенций			уемых	промежуточной
			разделов и	аттестации
			тем	
УК-10. Способен	УК-10.2	Правильно использует финансовые	Раздел 4	Тестовые
принимать		инструменты для управления личными	рабочей	вопросы к зачету
обоснованные		финансами (личным бюджетом)	программы	по дисциплине
экономические			дисциплин	
решения в			Ы	
различных				
областях				
жизнедеятельност				
И				
ПК-5. Способен	ПК-5.2	Способен в составе рабочей группы		
организовывать		участвовать в разработке мероприятий по		
работы по		достижению плановых показателей с		
повышению		определением ресурсов, обоснованием		
эффективности		набора заданий для подразделений		
производственной		организации, участвующих в техническом		
и технической		обслуживании, ремонте и эксплуатации		
эксплуатации		транспортных и		
транспортных и		транспортно-технологических машин		
транспортно-техн				
ологических				
машин в				
организации				

Для оценки сформированности соответствующих компетенций по дисциплине «Маркетинг» при проведении

промежуточной аттестации в форме зачета применяется следующая шкала оценивания:

		Шкала	оценивания		
$N_{\underline{0}}$	Критерии оценивания	не зачтено	зачтено		
		Описани	ие показателя		
1	Полнота знаний	Низкий уровень усвоения материала.	Продемонстрированы знания основного		
	теоретического	Продемонстрировано незнание	учебного материала - не менее 60%		
	контролируемого	значительной части учебного	правильных ответов		
	материала	материала - менее 60% правильных			
		ответов			
2	Логичность,	Существенные ошибки, нет ответов	Грамотное и по существу изложение		
	обоснованность,	на дополнительные уточняющие	теоретического материала, не допуская		
	четкость ответа на	вопросы	существенных неточностей в ответе на		
	вопросы		вопрос		
3	Работа в течение	Имеются значительные пропуски	Активная работа, задолженность		
	семестра, наличие	занятий, задолженность по текущему	отсутствует		
	задолженности по	контролю знаний			
	текущему контролю				
	успеваемости.				

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения образовательной программы

- 1. В каком из перечисленных определений заложена опасность неверного понимания роли маркетинга
- А) маркетинг это такая философия, стратегия т тактика поведения и взаимодействия участников рыночных отношений, когда эффективное решение проблем потребителей ведет к рыночному успеху фирм и приносит пользу обществу
- Б) маркетинг это система внутрифирменного управления, нацеленная на изучение и учет рыночного спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к продукту для более обоснованной ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирмы с целью обеспечения намечаемого фирмой уровня рентабельности
- В) маркетинг это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена

- Г) маркетинг это предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации, людей, территории и идеи посредством обмена
- 2. Определение конкурентоспособности товара это
 - А) соотношение качественных и стоимостных характеристик товара
- Б) сравнительная оценка качественных и стоимостных характеристик товара, выражающая его отличие от товара конкурента
- В) относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм
- 3. Конкурентные преимущества это
 - А) отличия, которыми владеет ваша фирма в своей сфере деятельности
- Б) ориентация на запросы клиентов и удовлетворение их потребностей более эффективными методами, чем методы конкурентов
 - В) физические и финансовые активы предприятия, которые отражены в бухгалтерском балансе
- 4. Сбыт в маркетинге это
 - А) отношения, существующие на рынке по поводу купли-продажи товаров или услуг
- Б) совокупность операций, начиная с того момента, как изделие покинуло производственный корпус, и вплоть до передачи товара потребителю (включительно)
 - В) общение продавца с покупателем
- 5. Параметрический метод ценообразования заключается
 - А) в начислении наценки к себестоимости товара
 - Б) в определении цены товара из оценки и соотношения качественных параметров изделий
 - В) в суммировании цен на отдельные конструктивные элементы товара
- 6. Сегментация рынка
 - А) разделение рынка на отдельные части (сегменты)
- Б) деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса
 - В) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах и услугах
 - Г) стратегия выборочного проникновения на рынок
- 7. Товар в маркетинге это
 - А) любой продукт деятельности (включая услуги), предназначенный для реализации
- Б) продукт деятельности, предложенный на рынке для продажи по определенной цене и по этой цене пользующийся спросом как удовлетворяющий потребности
 - В) результат исследований, разработок и производства
 - Г) продукт деятельности становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи
- 8. «Потребители будут покупать товары, которые широко распространены и доступны по цене, следовательно, руководство должно сосредоточить свои усилия на совершенствовании производства и системы распределения». Определите концепцию маркетинга
 - А) концепция интенсификации коммерческих усилий;
 - Б) концепция социально-этического маркетинга;
 - В) концепции совершенствования производства.
- 9. Определение фактической рентабельности различных продуктов, территорий, сегментов рынка, торговых каналов -
 - А) стратегический контроль;
 - Б) конкурентный контроль;
 - В) контроль прибыльности.

10. Известны следующие характеристики сбытовых каналов:

Канал	Цена, руб.	Себестоимость, руб.	Затраты на реализацию, руб.
Гос. заказ	30	15	0
Собственный магазин	40	15	7
Посредники	32	15	2

Какой канал является наиболее рентабельным?

- А) гос. заказ;
- Б) собственный магазин;
- В) посредники.

Типовые практические задания по дисциплине «Маркетинг» для промежуточной аттестации в форме зачета

Задание 1

Как должен измениться объем реализации $K_{\rm H}$ при снижении цен, если цена старая $\coprod_{\rm cr} = 1000$ руб., а цена новая $\coprod_{\rm H} = 800$ руб. при базовом объеме реализации $K_{\rm cr} = 600$ единиц. Оценить варианты при коэффициентах эластичности равных:

a)
$$\Im_c = 1$$
; б) $\Im_c = 2,14$; в) $\Im_c = 0,4$.

Задание 2 Эффективность применения ассортиментной концепции сбыта

Необходимо оценить эффективность реализации картофеля после применения ассортиментной концепции сбыта на предприятии.

Таблица – Расчет прибыли (убытка) от использования ассортиментной концепции сбыта

Вид продукции, канал реализации	Объем продаж, т	Цена за 1 кг, руб.	Производственная себестоимость 1 кг, руб.	Затраты на реализацию 1 кг, руб.	Потери, %	Прибыль на 1 кг, руб.	Прибыль общая, руб.
Несортированный картофель	20	45	26	12	10		
в том числе							
картофель Невский	12	55	26	17	4		
картофель Фаленский	6	42	26	17	5		
картофель нестандартный	2	35	26	17	15		
Итого	20	X	X	X	X	X	

Задание 3. Планирование оптимальной работы склада

На склад доставляется партия товара а) 500 т; б) 1500 т; в) 3000 т

В сутки со склада отгружается потребителям 50 т товара. Расходы по доставке партии товара 2000 руб., расходы по хранению 1 т товара в сутки 0,1 руб. Определить оптимальный размер заказываемой партии товара.

Таблица – Параметры работы склада

Размер заказываемой партии, т	Суточный расход товара со склада, т	Периодичность пополнения запасов, сут	Среднесуточные расходы по доставке, руб.	Среднесуточные расходы по хранению, руб.	Итого среднесуточные расходы, руб.

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине «Маркетинг»

- 1. Основные понятия и предпосылки возникновения маркетинга
- 2. Средства маркетинга
- 3. Функции и принципы маркетинга
- 4. Концепции маркетинга
- 5. Основные факторы микросреды
- 6. Основные факторы макросреды
- 7. Сегментирование рынка
- 8. Стратегическое планирование маркетинга
- 9. Метод матриц и его применение в маркетинге
- 10. Концепция и состав системы маркетинговой информации
- 11. Методика маркетинговых исследований
- 12. Направления товарной политики предприятия. Классификация товаров
- 13. Упаковка, маркировка товара. Марочная политика предприятия
- 14. Товарный ассортимент и товарная номенклатура
- 15. Разработка и жизненный цикл товара
- 16. Проблемы и факторы рыночного ценообразования
- 17. Этапы ценообразования
- 18. Стратегия ценообразования
- 19. Тактика ценообразования

- 20. Каналы распределения товаров и услуг
- 21. Структура и управление каналами распределения
- 22. Товародвижение
- 23. Преимущества и недостатки видов транспорта
- 24. Система маркетинговых коммуникаций, этапы разработки
- 25. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций
- 26. Стимулирование сбыта как средство маркетинговых коммуникаций
- 27. Пропаганда и связи с общественностью как средство маркетинговых коммуникаций
- 28. Личная продажа как средство маркетинговых коммуникаций
- 29. Организационные структуры маркетинга
- 30. Уровни и классификация планов маркетинга
- 31. Маркетинговый контроль

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций при проведении промежуточной аттестации по дисциплине «**Маркетинг**» проводится в форме зачета.

Порядок организации и проведения промежуточной аттестации обучающегося, форма проведения, процедура сдачи зачета с оценкой, сроки и иные вопросы определены Положением о порядке организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций при проведении зачета с оценкой при проведении теоретической части зачета проводится путем письменного или компьютерного тестирования обучающихся и (или) устного ответа на вопросы к зачету с оценкой:

- обучающемуся выдается вариант письменного или компьютерного теста;
- в определенное время (в среднем 2 минуты на 1 тестовое задание) обучающийся отвечает на 25 вопросов теста, в котором представлены все изучаемые темы дисциплины;
 - по результатам тестирования выставляется оценка, согласно установленной шкалы оценивания.

Для подготовки к зачету с оценкой рекомендуется использовать лекционный и практический материал по дисциплине, литературные источники, рекомендованные в рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине **Маркетинг**

Направление подготовки 23.03.03 — Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов Направленность (профиль) программы бакалавриата «Автомобили и автомобильное хозяйство» Квалификация бакалавр

1. Описание назначения и состава фонда оценочных средств

Настоящий фонд оценочных средств (ФОС) входит в состав рабочей программы дисциплины «Маркетинг» и предназначен для оценки планируемых результатов обучения - сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

2. Перечень компетенций, формируемых при изучении дисциплины

- Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10)
- Способен организовывать работы по повышению эффективности производственной и технической эксплуатации транспортных и транспортно-технологических машин в организации (ПК-5)

3. Банк оценочных средств

Для оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины «Маркетинг» используются следующие оценочные средства:

Код и наименование формируемых компетенций УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях	Код и достиже компетен УК-10.	1 1 17	Критерии оценивания - Полнота знаний контролируемо го материала - Логичность, обоснованност ь, четкость	Наименовани е контролируе мых разделов и тем Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Наименование оценочного средства текущей аттестации Разноуровневые задачи и задания
ТК-5. Способен организовывать	ПК-5.2	Способен в составе рабочей группы участвовать в	ответа на вопросы		
работы по повышению эффективности производственной и технической эксплуатации транспортных и транспортно-техно логических машин в организации		разработке мероприятий по достижению плановых показателей с определением ресурсов, обоснованием набора заданий для подразделений организации, участвующих в техническом обслуживании, ремонте и эксплуатации транспортных и транспортно-технологически х машин			
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10. 2	Правильно использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом)	- Полнота знаний контролируемо го материала - Логичность, обоснованност ь, четкость ответа на вопросы	Раздел 4 рабочей программы дисциплины.	Домашняя контрольная работа

ПК-5. Способен	ПК-5.2	Способен в составе рабочей		
организовывать		группы участвовать в		
работы по		разработке мероприятий по		
повышению		достижению плановых		
эффективности		показателей с определением		
производственной		ресурсов, обоснованием		
и технической		набора заданий для		
эксплуатации		подразделений организации,		
транспортных и		участвующих в техническом		
транспортно-техно		обслуживании, ремонте и		
логических машин		эксплуатации транспортных		
в организации		И		
		транспортно-технологически		
		х машин		

Разноуровневые задачи и задания для проведения текущего контроля знаний по дисциплине « Маркетинг »

Текущий контроль в форме разноуровневых задач заданий предназначен для определения уровня оценки сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины обучающимися очной формы обучения.

Результаты текущего контроля оцениваются посредством шкалы:

Шкала оценивания	Показатели оценивания
Не зачтено	Низкий уровень знаний практического контролируемого материала.
	Продемонстрировано незнание значительной части учебного материала.
	Выполнение не более 60% типовых заданий
Зачтено	Достаточный уровень знаний практического контролируемого материала.
	Продемонстрированы знания основной части учебного материала.
	Выполнение 50 и более % типовых заданий

Залание

Как должен измениться объем реализации $K_{\rm H}$ при повышении цен, если цена старая $L_{\rm cr}$ = 800 руб., а цена новая $L_{\rm H}$ = 1000 руб. при базовом объеме реализации $L_{\rm cr}$ = 500 единиц. Оценить варианты при коэффициентах эластичности равных:

a)
$$\Im_c = 1$$
; б) $\Im_c = 2$; в) $\Im_c = 0.3$.

Задание 2

Оценить показатели конкурентоспособности марок «Луч» и «Москва» методом оценки стоимостных и качественных показателей и выбрать марку, в наибольшей степени соответствующей требованиям целевого рынка. Наиболее известной маркой на данном рынке является марка «Волга».

Таблица - Качественные и стоимостные характеристики товаров

Параметры		Марка това	pa	Коэффициент значимости
		Москва	Волга	параметра
Надежность, тыс.час.	50	70	60	50
Наработка на отказ, тыс.час.	9	8	6	20
Дизайн, в баллах	12	10	10	20
Материалоемкость, кг	12	11	13	10
Цена, усл. ед.	25	25	30	X
Суммарные расходы потребителя за весь	5	4	4	X
срок эксплуатации товара, усл. ед.				
Іт.п. – индекс технических параметров			100	X
Іэ.п.– индекс экономических параметров			1	X
К- коэффициент конкурентоспособности			100	X

Задание 3.

Определить объем выборки различными способами для проведения маркетинговых исследований. Исследуется мнение потребителей о новом продукте с заданной точностью полученных результатов \pm 10 %. Уровень доверительной вероятности 90%.

Определить объем выборки с помощью процентных величин, если 47% членов выборки высказалось за новый продукт.

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания

Процедура оценивания сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины при проведении текущего контроля знаний проводится путем выполнения заданий и задач на практических занятиях. В случае отсутствия обучающегося по уважительной причине задание ему выдается на дом с условием представления результатов на следующем занятии.

Оценка проводится посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы.

Домашняя контрольная работа по дисциплине «Маркетинг»

Текущий контроль в форме домашней контрольной работы предназначен для самостоятельного изучения отдельных вопросов теоретического материала и практического выполнения заданий обучающихся заочной формы обучения. Результаты текущего контроля в форме домашней контрольной работы оцениваются посредством интегральной (целостной) двухуровневой шкалы:

Шкала опенивания:

Шкала оценивания	Показатели оценивания		
Зачтено	Обучающийся овладел элементами дескрипторов компетенций в рамках определенного уровня: - выполнено задание 1 выполнено задание 2 выполнено задание 3 оформлен и защищен отчет по выполнению ДКР		
Не зачтено	Обучающийся не овладел элементами дескрипторов компетенций в рамках определенного уровня, обнаружил существенные пробелы в знании теоретического и практического материала. Не представлен к защите либо не защищен отчет по выполнению ДКР		

Типовые задания для домашней контрольной работы для проведения текущего контроля знаний

- 1. Маркетинг философия бизнеса. Маркетинг интегрированная функция управления. Критика маркетинга. Историческое развитие маркетинга. Концепции маркетинга в стратегическом управлении фирмами. Современный маркетинг: общество, предприятие, потребитель.
- 2. Место маркетинга в управлении предприятиями. Процесс маркетингового управления. Функции маркетингового управления. Меры государственного регулирования маркетинга.
- 3. Современная конкуренция и ее признаки. Чистая монополия. Социальная цена монополии. Олигополия. Монополистическая конкуренция.
- 4. Маркетинг на рынке предприятий и потребительский маркетинг. Психология поведения покупателя и продавца.
- 5. Маркетинговая информация. Маркетинговые информационные системы. Применение ЭВМ для сбора и переработки маркетинговой информации.
- 6. Маркетинговые исследования. Как определить покупательские мотивы? Методы маркетинговых исследований.
 - 7. Информационное обеспечение маркетинговых решений.
 - 8. Методы сегментации рынка. Выбор фирмой стратегии охвата рынка.
 - 9. Товарная политика предприятия. Разработка новых товаров и проблемы жизненного цикла товаров.
 - 10. Комплекс маркетинга и проблемы управления сбытом.
 - 11. Ценовая политика предприятия. Проблемы ценообразования.
 - 12. Роль маркетинг-плана в бизнес-плане.
 - 13. Методы распространения товаров и услуг.
 - 14. Каналы распределения и товародвижения.
 - 15. Преимущества и недостатки разных видов транспорта.
 - 16. Розничная и оптовая торговля.
 - 17. Реклама, стимулирование сбыта и отношения с общественностью.
 - 18. Служба маркетинга на предприятии.
 - 19. Маркетинговый контроль и «арифметика» маркетинга. Эффективность маркетинга.
 - 20. Особенности международного маркетинга. Комплекс маркетинга и зарубежные рынки.
 - 21. Маркетинговые исследования конкурентоспособности товара.
 - 22. Потребительский рынок и модель покупательского поведения.
 - 23. Процесс принятия решения о покупке.
 - 24. Особенности маркетинга на рынке предприятий и поведение покупателей от имени предприятий.
 - 25. Факторы, влияющие на поведение покупателей товаров промышленного назначения.
 - 26. Рынок промежуточных продавцов.
 - 27. Рынок государственных организаций.

- 28. Ситуационный анализ, прогноз и программа маркетинга.
- 29. Организация контроля маркетинговой деятельности.

Варианты задания по последней цифре в номере зачетной книжки:

30

Попоследяя цифра	Номера вопросов		
в номере	Вопрос 1	Вопрос 2	Вопрос 3
1	1	11	21
2	2	12	22
3	3	13	23
4	4	14	24
5	5	15	25
6	6	16	26
7	7	17	27
8	8	18	28
9	9	19	29
0	10	20	21

Методические материалы, определяющие процедура оценивания

Домашняя контрольная работа включает 3 вопроса.

Процедура сформированности индикаторов достижения компетенций и опыта деятельности в процессе изучения дисциплины при проведении текущего контроля знаний в форме домашней контрольной работы определяется следующими методическими указаниями:

- выполнение контрольной работы проводится в аудиториях, отведенных для самостоятельной работы обучающихся, либо в домашних условиях.
- выполнение домашней контрольной работы (ДКР) осуществляется в соответствии с вариантом, номер которого определяется по списку студентов в группе;

В процессе выполнения ДКР оформляется отчет, включающий следующие разделы:

- Титульный лист
- Оглавление
- Основная часть
- Библиографический список

Ответ на теоретический вопрос должен быть кратким, отражать понимание обучающимся учебного материала. При рассмотрении вопроса следует использовать не менее 5 источников информации из различных учебников, экономических журналов, газет и других СМИ за последние годы; отразить основные нормативно-правовые документы и рассмотреть их основные положения по вопросу исследования; в конце контрольной работы оформить список нормативных документов и использованной литературы.

Отчет по ДКР принимается в сброшюрованном печатном виде на листах формата A4 (210*297), и в электронном виде, например, на оптических носителях, вместе с электронными версиями составляющих работы, т.е. заданиями, выполненными в текстовых редакторах/процессорах.

Осуществляется проверка отчета по ДКР, указываются замечания, требующие доработки. Если замечаний нет, на титуле отчета прописывается «К защите». В противном случае на титуле отчета прописывается «На доработку» и выдается обучающемуся.

Затем осуществляется защита ДКР в режиме «Вопрос-Ответ» по содержанию ДКР. (Повторная распечатка ДКР после доработки замечаний не требуется.)

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Маркетинг»

направление подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов направленность (профиль) программы бакалавриата «Автомобили и автомобильное хозяйство»

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.	Д303 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusu свободно распространяемое программное обеспечение Д115 - Рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, доска белая магнитная, 3 компьютера, комплект мультимедийного оборудования с экраном,
	муляж кассы банка, 2 телевизора, 2 рабочих места операциониста банка. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusи свободно распространяемое программное обеспечение Д108 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном, 2 принтера, 10 персональных компьютеров. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT – Analysis, KonSiAnketter, Галактика Экспресс 8.1 (Демо), 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д304 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusи свободно распространяемое программное обеспечение
Учебная аудитория для занятий семинарского типа	Б307 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, В201 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект переносного мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusи свободно распространяемое программное обеспечение Д113 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, 9 персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, 1СПредприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д122- Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д124 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном, 12 персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, KasperskyEndpointSecurity, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д205 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, КаsperskyAntivirusи свободно распространяемое программное обеспечение
Помещение для самостоятельной	Б202 - Рабочее место администратора, компьютерная мебель, компьютер администратора, 11 персональных компьютеров, 3 принтера, видеоувеличитель.

_	
работы.	Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusи свободно распространяемое программное обеспечение
	(с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации)
Учебная аудитория для	Д113 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, 9
аудитория для групповых и индивидуальных консультаций	персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, 1СПредприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д122- Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д124 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном, 12 персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, KasperskyEndpointSecurity, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Б307 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся Б320 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, 30 приборов по теории механизмов и машин», комплект плакатов В201 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект плакатов и стульев для обучающихся, комплект переносного мультимедийного оборудования с экраном. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirusu свободно распространяемое программное обеспечение Д113 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, 9 персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, 1СПредпритие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д122- Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, мультимедийное оборудование с экраном, 23 персональных компьютера, 2 принтера. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия 4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, IBMSPSSStatisticsBase, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное обеспечение Д124 - Доска, рабочее место преподавателя, комплект столов и стульев для обучающихся, комплект мультимедийного оборудования с экраном, 12 персональных компьютеров, принтер. Список ПО: Windows, MicrosoftOffice, KasperskyAntivirus, KasperskyEndpointSecurity, Гарант Аэро, Консультант Плюс, Программный комплекс «Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс. Версия4», KonSiSWOT — Analysis, KonSiAnketter, 1С Предприятие 7.7, 8.3 с конфигурациями и свободно распространяемое программное программное ободно распространяемое программное ободно распространяемое программное ободно распространяемое программное ободно распро

Перечень периодических изданий, рекомендуемых по дисциплине «Маркетинг»

Наименование	Наличие доступа
Маркетинг в России и за рубежом[Текст]: журн. /	Читальный зал библиотеки ФГБОУ ВО Вятский ГАТУ
[гл. ред. Е. П. Голубков]	
Вестник Белгородского университета кооперации,	Научная электронная библиотека
экономики и права [Электронный ресурс]: журн. /	Режим доступа:
АНО ВПО «Белгородский университет	http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32462
кооперации, экономики и права»	
Маркетинг и логистика [Электронный ресурс]:	Научная электронная библиотека
журн./ ООО «Маркетолог»	Режим доступа:
	http://elibrary.ru/title_about.asp?id=57984