

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Алексеевич

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 08.06.2026 14:46:26

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Северо-Кавказский федеральный университет»  
Пятигорский институт (филиал) СКФУ  
Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

**УТВЕРЖДАЮ**

И.О. директора Пятигорского института  
(филиал) СКФУ

В.А. Фурсов

## Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.08 Маркетинг

индекс и наименование учебной дисциплины, согласно учебного плана

Специальность 38.02.08

код

Торговое дело

наименование специальности

Форма обучения

очная

очная, заочная, очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

- 1 Догаева Н.Н., к.ф.н. преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ

---

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 08 Маркетинг

(наименование дисциплины)

## 1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Маркетинг» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.1, ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.5, ПК 3.8.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

| Код ПК, ОК | Умения                                                                                                                                                                                                                               | Знания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 01      | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;                                                                                                                                   | средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров; маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды; конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом. |
| ОК 02      | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ОК 03      | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ОК 04      | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ОК 05      | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|         |                                                                                                                                                                                                 |  |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ОК 09   | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.                                                                                                            |  |
| ПК 1.1. | Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары И услуги, в том числе использованием цифровых и информационных технологий.                                          |  |
| ПК 2.5. | Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.                                                        |  |
| ПК 3.1  | Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. |  |
| ПК 3.2  | Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.                                                                                 |  |
| ПК 3.3  | Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.                           |  |
| ПК 3.5  | Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.                                                                                                                   |  |
| ПК 3.8  | Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.                                         |  |

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

| <b>Вид учебной работы</b>                                                       | <b>Объем в часах</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>                       | <b>40</b>            |
| <b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>                                   | <b>14</b>            |
| В т.ч.                                                                          | -                    |
| Лекции                                                                          | <b>20</b>            |
| Практическое занятие                                                            | <b>20</b>            |
| Самостоятельная работа обучающего                                               | -                    |
| <b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в 4 семестре</b> | <b>0</b>             |

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

| Наименование разделов и тем                                                    | Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся                                                                                                                                           | Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч | Коды компетенций |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1                                                                              | 2                                                                                                                                                                                                                    | 3                                                                     | 4                |
| <b>Раздел 1. Методологические основы маркетинга</b>                            |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                       |                  |
| <b>Тема 1.1. Введение. Маркетинг как философия управления бизнесом</b>         | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                 |                                                                       | ОК 01            |
|                                                                                | Понятия: маркетинг, сущность и принципы маркетинга, цели и функции маркетинга. Основные понятия маркетинга. Структурно-логическая схема дисциплины. Значение дисциплины в подготовке специалистов по торговому делу. | <b>2</b>                                                              | ОК 02            |
|                                                                                | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                  |                                                                       | ОК 03            |
|                                                                                | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                  | -                                                                     | ОК 04            |
|                                                                                | Практическое занятие №1 Возникновение маркетинга его эволюция                                                                                                                                                        | <b>2</b>                                                              | ОК 05            |
|                                                                                | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                   | -                                                                     | ОК 09            |
|                                                                                | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                   | -                                                                     | ПК 1.1           |
| <b>Тема 1.2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                 |                                                                       | ПК 2.5           |
|                                                                                | Понятие и этапы маркетингового исследования. Задачи и содержание маркетинговых исследований. Понятие, виды и источники маркетинговой информации. Методы анализа маркетинговой информации.                            | <b>2</b>                                                              | ПК 3.1           |
|                                                                                | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                  |                                                                       | ПК 3.2           |
|                                                                                | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                  | -                                                                     | ПК 3.3           |
|                                                                                | Практическое занятие №2 Задачи и содержание маркетинговых исследований.                                                                                                                                              | <b>2</b>                                                              | ПК 3.5           |
|                                                                                | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                   | -                                                                     | ПК 3.8           |
|                                                                                |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                       | ОК 01            |

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                |          |                                      |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------|
|                                                  | Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрены)                                                                                                                                                                                                          | -        | ПК 3.2<br>ПК 3.3<br>ПК 3.5<br>ПК 3.8 |
| <b>Тема 1.3. Рынок как объект маркетинга</b>     | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                           |          | ОК 01                                |
|                                                  | Определение рынка как экономической категории, рассмотреть основные функции рынка, охарактеризовать систему рынков. Рынок и его функции. Система рынков. Рыночная инфраструктура. Преимущества и недостатки рыночной экономики.                                | <b>2</b> | ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04<br>ОК 05     |
|                                                  | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                            |          | ОК 09                                |
|                                                  | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                                                            | -        | ПК 1.1<br>ПК 2.5                     |
|                                                  | Практическое занятие №3 Дать определение категории рынка. Перечислить основные функции рынка. Перечислить основные виды рынков. Описать содержание инфраструктуры рынка. Обосновать преимущества рыночной экономики. Обосновать недостатки рыночной экономики. | <b>2</b> | ПК 3.1<br>ПК 3.2<br>ПК 3.3<br>ПК 3.5 |
|                                                  | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                             | -        | ПК 3.8                               |
|                                                  | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                             | -        |                                      |
| <b>Тема 1.4. Разработка комплекса маркетинга</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                           |          | ОК 01                                |
|                                                  | Базовые элементы комплекса маркетинга и основы их разработки. Основные принципы разработки комплекса маркетинга. Современные составляющие комплекса маркетинга.                                                                                                | <b>2</b> | ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04<br>ОК 05     |
|                                                  | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                            |          | ОК 09                                |
|                                                  | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                                                            | -        | ПК 1.1<br>ПК 2.5                     |
|                                                  | Практическое занятие №4 Ответить на вопросы: Базовые элементы комплекса маркетинга и основы их разработки. Основные принципы разработки комплекса маркетинга. Современные составляющие комплекса маркетинга.                                                   | <b>2</b> | ПК 3.1<br>ПК 3.2<br>ПК 3.3           |
|                                                  | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                             | -        | ПК 3.5                               |
|                                                  | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                             | -        | ПК 3.8                               |
| <b>Тема 1.5.</b>                                 | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                           |          | ОК 01                                |

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Сегментирование рынка</b>                     | Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. | <b>2</b> | ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04<br>ОК 05<br>ОК 09<br>ПК 1.1<br>ПК 2.5<br>ПК 3.1<br>ПК 3.2<br>ПК 3.3<br>ПК 3.5<br>ПК 3.8          |
|                                                  | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |                                                                                                                          |
|                                                  | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |                                                                                                                          |
|                                                  | Практическое занятие №5 Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.                                                                                                                                                                                                                              | <b>2</b> |                                                                                                                          |
|                                                  | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                                                                                                                          |
| <b>Раздел 2. Практический маркетинг</b>          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |                                                                                                                          |
| <b>Тема 2.1.<br/>Окружающая среда маркетинга</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |          | ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04<br>ОК 05<br>ОК 09<br>ПК 1.1<br>ПК 2.5<br>ПК 3.1<br>ПК 3.2<br>ПК 3.3<br>ПК 3.5<br>ПК 3.8 |
|                                                  | Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.                      | <b>2</b> |                                                                                                                          |
|                                                  | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |          |                                                                                                                          |
|                                                  | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | -        |                                                                                                                          |
|                                                  | Практическое занятие №6 Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>2</b> |                                                                                                                          |
|                                                  | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -        |                                                                                                                          |
|                                                  | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | -        |                                                                                                                          |

|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Тема 2.2</b><br><b>Конкуренты. Виды конкуренции</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   | ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04<br>ОК 05<br>ОК 09<br>ПК 1.1<br>ПК 2.5<br>ПК 3.1<br>ПК 3.2<br>ПК 3.3<br>ПК 3.5<br>ПК 3.8 |
|                                                        | Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды их характерные признаки.<br>Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.<br>Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки их конкурентные преимущества, методы обеспечения.                                                                                     | 2 |                                                                                                                          |
|                                                        | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |                                                                                                                          |
|                                                        | Лабораторные работы (не предусмотрены)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | - |                                                                                                                          |
|                                                        | Практическое занятие №7 Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ – исследовательская работа<br>Изучение Антимонопольного законодательства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2 |                                                                                                                          |
|                                                        | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | - |                                                                                                                          |
|                                                        | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |                                                                                                                          |
|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |                                                                                                                          |
| <b>Тема 2.3.</b><br><b>Средства маркетинга</b>         | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   | ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04<br>ОК 05<br>ОК 09<br>ПК 1.1<br>ПК 2.5<br>ПК 3.1<br>ПК 3.2<br>ПК 3.3<br>ПК 3.5<br>ПК 3.8 |
|                                                        | Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства распространения; средства стимулирования.<br>Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика.<br>Маркетинговое понятие товара.<br>Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. РЖЦ товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.<br>Разработка новых товаров (продукции) в организациях производителей (исполнителей услуг): обоснование необходимости, уровни, этапы. | 2 |                                                                                                                          |
|                                                        | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |                                                                                                                          |
|                                                        | Лабораторные работы (не предусмотрены)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |                                                                                                                          |
|                                                        | Практическое занятие № 8 1Определение этапов жизненного цикла продукции и разработка маркетинговых мероприятий. Разработка новых товаров (деловая игра).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2 |                                                                                                                          |
|                                                        | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | - |                                                                                                                          |
|                                                        | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | - |                                                                                                                          |
|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |                                                                                                                          |

|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |           |        |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|
| <b>Тема 2.4.</b><br><b>Понятия о сбыте. Виды сбыта. Стратегии сбыта</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |           | ОК 01  |
|                                                                         | Основные понятия: сбыт товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>2</b>  | ОК 02  |
|                                                                         | Методы сбыта: каналы распространения, деления, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. |           | ОК 03  |
|                                                                         | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           | ОК 04  |
|                                                                         | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -         | ОК 05  |
|                                                                         | Практическое занятие № 9 Торговые посредники                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>2</b>  | ОК 09  |
|                                                                         | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | -         | ПК 1.1 |
| <b>Тема 2.5.</b><br><b>Реклама</b>                                      | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | -         | ПК 2.5 |
|                                                                         | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |           | ПК 3.1 |
|                                                                         | Реклама: понятие, назначение, цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы.                                                                                                                                                                                                                                          | <b>2</b>  | ПК 3.2 |
|                                                                         | Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.                                                                                                                                                                                                                                                        |           | ПК 3.3 |
|                                                                         | Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. Рекламная кампания фирмы. Организация рекламной кампании.                                                                                                                                                                                                                                   |           | ПК 3.5 |
|                                                                         | Методы оценки эффективности рекламы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           | ПК 3.8 |
|                                                                         | <b>в том числе:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           |        |
|                                                                         | Лабораторные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           |        |
|                                                                         | Практическое занятие № 10 Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов (выставка-продажа товаров деловая игра)                                                                                                                                                                                                            | <b>2</b>  |        |
|                                                                         | Оценка эффективности рекламы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |           |        |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                                         | Контрольные работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | -         |        |
|                                                                         | Самостоятельная работа обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | -         |        |
|                                                                         | <b>Всего:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>40</b> |        |

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет экономики и менеджмента экономики организации, оперативного управления деятельностью структурных подразделений

Основ финансовой грамотности

Кабинет менеджмента, маркетинга

Комплект учебной мебели, учебная доска

Мультимедийное оборудование: компьютеры с выходом в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

1.Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Алексунин. - 6-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 200 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02296-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453412> (05.09.2021). СПО

2.Минько, Э.В. Маркетинг: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 351 с.: табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714> (02.05.2017).

3.Викулова, Е.Ю. Маркетинг [Текст]: Учеб. пособие / Е.Ю. Викулова, О. В. Гладких. - Иркутск: БГУЭП, 2014. - 170 с. + Тесты + Глоссарий. - ISBN 978- 5- 7253-2774-8 <http://lib.narhoz-chita.ru/>

4.Викулова, Е.Ю. Маркетинг [Текст]: Учеб. пособие / Е.Ю. Викулова, О. В. Гладких. - Иркутск: БГУЭП, 2014. - 170 с. + Тесты + Глоссарий. - ISBN 978- 5- 7253-2774-8

5.Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю.В. Морозов. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 148 с.: ил.

- Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02156-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453283> (05.09.2017).

##### **3.2.2. Основные электронные издания**

[www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) — сайт,

«Энциклопедия маркетинга» <http://www.marketingpro.ru/> - сайт журнала Маркетинг PRO

[www.aup.ru](http://www.aup.ru) - административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе»

##### **3.2.3. Дополнительные источники**

1. Кандрашина Е.А. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Е.А. Кандрашина. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 200 с. — ISBN 978-5-4486-0461-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79827.html>

2. Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика: учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 383 с.

- Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637> (05.09.2017).

3. Годин, А.М. Маркетинг: учебник / А.М. Годин. - 12-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с.: ил. - (Учебные изда-

ния для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2; То же

[Электронный ресурс]. - URL:  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262> (05.09.2017).

4. Ким, С.А. Маркетинг: учебник / С.А. Ким. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394- 02014-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (05.09.2017).

5. Синицына, О.Н. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / О.Н. Синицына. - 2-е изд. стер. - М.: Кнорус, 2014. - 216 с. + Глоссарий. - (Бакалавриат). РУМО. - ISBN 978-5-406-03228-2, 2013

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

| Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Методы оценки                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Знания:<br>средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров; маркетинговые коммуникации и их характеристику;<br>методы изучения рынка, анализа окружающей среды;<br>конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;<br>этапы маркетинговых исследований, их результат;<br>управление маркетингом. | <p><b>Оценка «отлично»</b><br/> заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;</p> <p><b>оценка «хорошо»</b><br/> заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический</p> | Текущий контроль осуществляется в следующих формах: устный опрос, письменный опрос. Промежуточный контроль осуществляется в форме тестирования. Итоговый контроль в форме дифференцированного зачета |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | <p>характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;</p> <p><b>оценки</b><br/> <b>«удовлетворительно»</b><br/> заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности не принципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;</p> <p><b>оценка</b><br/> <b>«неудовлетворительно»</b><br/> выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> |  |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Умения:<br/>         выявлять, формировать и удовлетворять потребности;<br/>         обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием методов формирования спроса и стимулирования сбыта;<br/>         проводить маркетинговые исследования рынка;<br/>         оценивать конкурентоспособность товаров;</p> |  | <p>Проверка индивидуальных практических работ, наблюдение, проверка исследовательских работ, оценка зачет. Обсуждение вопросов семинара, индивидуальная оценка.<br/>         Работа малых групп с дифференцированными ролевыми заданиями, оценка деятельности малой группы, и индивидуальная оценка каждому участнику игры.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|