

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2023 12:51:54
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Магистратура
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые аспекты результативности бизнес

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	38.004.02 Менеджмент
Профиль	Управление бизнесом в fashion-индустрии
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2года
Форма обучения	очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинговые аспекты результативности бизнес» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 10 от 23.06.2021 г.

Разработчики рабочей программы учебной дисциплины:

1. Доцент Квач Н.М.
- Заведующий кафедрой: Н.М. Квач

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» изучается в третьем семестре

Курсовая работа не предусмотрена

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» относится к обязательной части программы.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Учебная ознакомительная практика (например);
- Принятие управленческих решений в бизнес
- Анализ потребительского поведения в fashion - индустрии

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Управление финансами в модном бизнес;
- НИРЗ.

Результаты освоения учебной дисциплины дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, практики по профилю профессиональной деятельности, и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целью изучения дисциплины «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» являются:

комплексное представление о существующих подходах к оценке результативности бизнеса, понимание вклада маркетинга в конечные показатели деятельности компании, а также в рассмотрении показателей результативности ее бизнес-процессов, комплексное представление о существующих подходах к оценке результативности бизнеса, вкладе маркетинга в конечные показатели деятельности компании, а также в показатели результативности ее бизнес-процессов, формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен формировать	ИД-ПК-2.2 Прогнозирование	Применяет основные индикаторы результативности и эффективности

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
маркетинговую стратегию организации	результатов, планирование и создание условия для результативной маркетинговой деятельности организации, выстраивание системы взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации, реализация альтернативных маркетинговых стратегии в организации	маркетинговых программ; базовые подходы к построению баз данных для оценки результативности и эффективности маркетинговых программ; Применяет экономические модели для анализа ситуаций с целью принятия маркетинговых решений; - навыками прогнозирования вероятности из Критически и самостоятельно применяет инструменты маркетинга в системе прикладных исследований и управления бизнес-процессами компании
	ИД-ПК-2.3 Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	5	з.е.	180	час.
----------------------------------	---	------	-----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очно-заочная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося,	промежуточная аттестация, час
3 семестр		180	18	34		2		72	54
Всего:		180	18	34		2		72	54

3.2. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очно-заочная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные работы	Практическая подготовка, час		
Третий семестр							
ПК-2: ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3	Тема 1 Результативность бизнеса компании. Роль маркетинга в обеспечении результатов деятельности компании	2				х	Формы текущего контроля эссе доклады самостоятельные задания
	Практическое занятие № 1 Проблемы измеримости маркетингового результата.		2			х	
	Практическое занятие №-2 Классификация показателей управления результативностью бизнеса		2				
	Тема 2 Принципы построения системы показателей результативности бизнеса	2				х	
	Практическое занятие № 3. Результативность внутренних и внешних бизнес-процессов компании		1		2	х	
	Практическое занятие № 4 Оценка результативности бизнеса на стратегическом, тактическом и операционном уровнях		2			х	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальны е задания	Практическая подготовка,		
	Тема 3 Управление результативностью на основе сбалансированной системы показателей. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте	2				х	
	Практическое занятие № 5 Сбалансированная система показателей как система управления результативностью бизнеса. Взаимосвязь стратегических целей и показателей их достижения		2			х	
	Практическое занятие № 6. Элементы сбалансированной оценки эффективности. Счетная карта организации		2			х	
	Тема 4. Маркетинг и всеобщее управление качеством.	2				х	
	Практическое занятие 7. Управление маркетингом на основе процессного подхода		2			х	
	Практическое занятие 8 Требований стандартов серии ISO 9000:2000		2			х	
	Тема 5 Клиенты компании: привлечение и удержание	2				х	
	Практическое занятие 9 Клиентская составляющая в системе сбалансированных показателей		1			х	
	Практическое занятие 10 Стабильность клиентской базы и уровень удовлетворенности клиентов: взаимосвязь понятий		2			х	
	Тема 6 Процессы формирования и анализа клиентской базы	2				Х	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные задания	Практическая подготовка,		
	Практическое занятие 11 Оценка эффективности маркетинговых программ по привлечению клиентов		2			X	
	Практическое занятие 12 Сравнительная оценка клиентских портфелей.		2			x	
	Тема 7 Развитие отношений с клиентом и формирование клиентского капитала	2				x	
	Практическое занятие 13 Стратегическое распределение клиентов.		2			x	
	Практическое занятие 14. Анализ и оценка продуктивности клиентской базы		2			x	
	Тема 8 Методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.	2				x	
	Практическое занятие 15 Оценка результативности каналов распределения.		2			x	
	Практическое занятие 16 Методы маркетингового контроля и аудита.		2			x	
	Тема 9 Маркетинговые инвестиции и прибыльность компании	2				x	
	Практическое занятие 17 Маркетинговые факторы увеличения стоимости бизнеса.		2			x	
	Практическое занятие 18 Измерение ROMI.		2			x	
	Экзамен	x	x	x	x	54	экзамен по билетам

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные задания	Практическая подготовка,		
	ИТОГО за <i>третий</i> семестр	18	34		2		

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание темы
Тема 1.	Результативность бизнеса компании. Роль маркетинга в обеспечении результатов деятельности компании	Сущность маркетинга и его роль в компании, содержание и взаимосвязь основных категорий маркетинга, характеристика основных элементов комплекса маркетинга, пять подходов к управлению компанией, предпосылки возникновения концепции управления фирмой на принципах маркетинга
Тема 2	Принципы построения системы показателей результативности бизнеса	Функции и виды показатели, показатели представляющие собой количественно выраженную информацию о состоянии дел, тенденциях, динамике тех или иных процессов, количественные и качественные показатели. Основные принципы построения системы показателей результативности бизнеса
Тема 3	Управление результативностью на основе сбалансированной системы показателей. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте	Концепция управления на основе сбалансированной системы показателей (BSC) Д. Нортон и Р. Каштана, компоненты, при помощи которых проводится декомпозиция стратегии с целью ее реализации, Задачи и практическая значимость BSC
Тема 4	Маркетинг и всеобщее управление качеством.	Концепция всеобщего управления качеством, взаимосвязь качества и результатов бизнеса, комплексные программы качества, как системы менеджмента компании
Тема 5	Клиенты компании: привлечение и удержание	Принципы, инструменты и KPI, ключевые показатели покупательной лояльности
Тема 6	Процессы формирования и анализа клиентской базы	Теория ценности клиента, две стороны ценности покупателя. Формирование эффективной клиентской базы и проблемы возникающие при этом.
Тема 7	Развитие отношений с клиентом и формирование клиентского капитала	Маркетинг совместного творчества, пожизненная ценность клиента, Жизненный цикл клиента и задачи маркетинга
Тема 8	Методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.	Маркетинговые исследования и их особенности в рамках оценки эффективности маркетинговых коммуникаций, эффект воздействия рекламных сообщений, карта восприятия торговых марок на рынке
Тема 9	Маркетинговые инвестиции и прибыльность компании	Коэффициент окупаемости инвестиций для маркетологов, , маркетинговый индекс расходов и доходов, стоимость приобретения клиентов, самоокупаемость

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка докладов, эссе;
- выполнение индивидуальных заданий;

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение консультаций перед экзаменом,

Перечень тем, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование темы дисциплины частично выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 3	Влияние маркетинговой политики на стоимость бизнеса компании	Подготовить доклада	устное обсуждение по результатам выполненной самостоятельной работы.	4

3.1. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
мешанное обучение	лекции	18	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	36	

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональных компетенций
					ПК-2 ИД-ПК-2. ИД-ПК-2.2
высокий	85 – 100	отлично/ зачтено (отлично)/ зачтено			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - излагает особенности современных методов оценки финансовой результативности бизнеса, управления корпоративными финансами с учетом маркетинговых задач компании; - применяет современных методов оценки финансовой результативности бизнеса, управления корпоративными финансами с учетом маркетинговых задач компании; - оперирует методами разработки стратегии и программ организационного развития и изменений с использованием маркетинговых процессов и

					показателей - демонстрирует навыки и применения экономических моделей для анализа ситуаций с целью принятия маркетинговых решений
ПОВЫШЕННЫЙ	65 – 84	хорошо/ зачтено (хорошо)/ зачтено			Обучающийся: - достаточно подробно, грамотно и, по существу, излагает изученный материал, приводит и раскрывает особенности современных методов оценки финансовой результативности бизнеса, управления корпоративными финансами с учетом маркетинговых задач компании; - определяет область применения современных методов оценки финансовой результативности бизнеса, управления корпоративными финансами с учетом маркетинговых задач компании; - перечисляет методы разработки стратегии и программ организационного развития и изменений с использованием маркетинговых процессов и показателей - демонстрирует возможности применения экономических моделей для анализа ситуаций с целью принятия маркетинговых решений
базовый	41 – 64	удовлетворительно/ зачтено	–	–	Обучающийся: – демонстрирует теоретические

		(удовлетворительно)/ зачтено			<p>знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</p> <ul style="list-style-type: none"> – с неточностями излагает особенности принятых современных методов оценки финансовой результативности бизнеса; – анализируя современные методы оценки финансовой результативности бизнеса, управления корпоративными финансами с учетом маркетинговых задач компании с затруднениями прослеживает логику темообразования и тематического развития, опираясь на представления, сформированные внутренне; – демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине; <p>ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.</p> <p>-частично демонстрирует навыки применения экономических моделей для анализа ситуаций с целью принятия маркетинговых решений</p>
низкий	0 – 40	неудовлетворительно/ не зачтено	Обучающийся:		<ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;

			<ul style="list-style-type: none"> – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – не способен проанализировать современные методы оценки финансовой результативности бизнеса, управления корпоративными финансами с учетом маркетинговых задач компании; – не владеет методами разработки стратегии и программ организационного развития я; – не способен демонстрировать навыки применения экономических моделей для анализа ситуаций с целью принятия маркетинговых решений – выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя; – ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.
--	--	--	---

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Маркетинговые аспекты результативности бизнеса» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Доклады по темам курса	Темы докладов 1. Финансовая составляющая в системе сбалансированных показателей. 2. Анализ и оценка продуктивности клиентской базы 3. Проблемы измеримости маркетинговых результатов и оценки вклада маркетинга в деятельность компании. 4. Факторы результативности бизнеса в концепции всеобщего управления качеством 5. Сравнительная оценка клиентских портфелей.
2	Эссе по темам курса	Темы эссе 1. Управление результативностью маркетинга – современные теоретические подходы и концепции. 2. Результативность мероприятий, направленных на повышение лояльности. 3. Современные подходы к оценке стоимости маркетинговых активов.

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
3	Задания для самостоятельной работы по темам курса	1. Составление аннотированного перечня теоретических работ и/или результатов эмпирических исследований в области управления маркетинговой результативности. 2. Анализ отечественного и зарубежного опыта: как наиболее успешные мировые компании измеряют эффективность маркетинга. 3. Оценка результативности отдельных элементов комплекса маркетинга и маркетинговых активов. 4. Анализ клиентской базы. 5. Разработка программы и методики исследования уровня удовлетворенности клиентов. 6. Разработка клиентских процессов.

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Доклады по темам курса	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении, пройденных тем и применение их на практике, ответ на поставленные вопросы полный. Тем раскрыта полностью		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. Тем доклада достаточно освещена		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов при ответе на поставленные вопросы. Тем раскрыта в общих чертах.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки. Тема не раскрыта. Обучающийся не способен грамотно ответить на поставленные вопросы		2
Эссе по темам курса	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении, пройденных тем и применение их на практике, ответ на поставленные вопросы полный. Тем раскрыта полностью		
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. Тем доклада достаточно освещена		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов при ответе на поставленные вопросы. Тем раскрыта в общих чертах.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки. Тема не раскрыта. Обучающийся не способен грамотно ответить на поставленные вопросы		2
	Работа не выполнена.		
Задания для самостоятельной работы по темам курса	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении, пройденных тем и применение их на практике, ответ на поставленные вопросы полный. Тем раскрыта полностью		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета. Тем доклада достаточно освещена		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов при ответе на поставленные вопросы. Тем раскрыта в общих чертах.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки. Тема не раскрыта. Обучающийся не способен грамотно ответить на поставленные вопросы		2
	Работа не выполнена.		2

5.3.

Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
--------------------------------	---

<p>Экзамен: в устной форме по билетам</p>	<p>Билет 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг как актив компании. Состав маркетинговых активов компании. 2. Индекс удовлетворенности клиентов (CSI) <p>Билет 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Чистый индекс промоутера (NPS) 2. Многофакторные модели анализа <p>Билет 3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Интегрированный ABC-XYZ-анализ 2. Удержание клиентов.
---	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
<p>Экзамен: в устной форме по билетам</p>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		<p>5</p>

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; – справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ</p>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>		
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
эссе		2 – 5
- доклад		2 – 5
- задания для самостоятельной работы		2 – 5
Итого за дисциплин экзамен		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- групповых дискуссий;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- встречи с представителями различных компаний (мастер-классы)

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1	
Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	– Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Аудитория 1328 для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор,
Аудитория №1325: - компьютерный класс для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; -	– Комплект учебной мебели, доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника;

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
	подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы/модуля осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/УЧЕБНОГО МОДУЛЯ

Информационное обеспечение дисциплины сформировано на основании печатных изданий, имеющих в фонде библиотеки, и электронных ресурсов, к которым имеет доступ Университет. Сайт библиотеки <http://biblio.kosygin-rgu.ru>

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева.	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности :	Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М	2020	https://znanium.com/catalog/document?id=350431	
2	Третьяк, В. П.	Маркетинг	Учебник	Магистр : ИНФРА-М	2018	https://znanium.com/catalog/product/935375	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Кокинз, Г.	Управление результативностью: Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами	Учебное пособие	Альпина Бизнес Букс	2018	https://znanium.com/catalog/document?id=54272	5
2	О.К. Ойнер.	Современные потребительские тренды и удовлетворенность потребителя	Монография	М.: НИЦ ИНФРА-М	2020	https://znanium.com/catalog/document?id=359165	-
3	Каменева Н.Г.,	Маркетинговые	Учебное	М.: Вузовский	2013	https://new.znanium.com/	

	Поляков В.А.	исследования	пособие	учебник: НИЦ Инфра-М		catalog/document/pid=351385	-
4	Зотов В.В., Попел А.Е.	Маркетинг в индустрии моды	Учебное пособие	М.:РГУ им. А.Н. Косыгина	2017	https://znanium.com/catalog/ document?id=309515	5

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znaniy.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znaniy.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znaniy.com» http://znaniy.com/
4.	ЭБС ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru
5.	ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com/ .
	Профессиональные базы данных, информационные справочные системы
1.	Web of Science http://webofknowledge.com/
2.	Scopus http://www.Scopus.com/
3.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/
4.	«SpringerNature» http://www.springernature.com/gp/librarians Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/ Платформа Nature: https://www.nature.com/ База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/ База данных zbMath: https://zbmath.org/ База данных Nano: http://nano.nature.com/

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
4.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
5.	Альт-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
6.	Альт-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины/модуля внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры