

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.06.2024 10:35:41  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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 Технологический институт текстильной и легкой промышленности  
Кафедра Технологии кожи и меха

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Продвижение продукции обувных предприятий на внутреннем и внешнем рынках

Уровень образования	Бакалавриат
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Технологии цифрового производства швейных изделий Технологии цифрового производства изделий из кожи Технологии кожи и меха
Направление подготовки	29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий
Направленность (профиль)	Цифровая экспертиза и товароведение непродовольственных товаров Проектирование и художественное оформление текстильных изделий Инновационные текстильные технологии
Направление подготовки	29.03.03 Технология полиграфического и упаковочного производства
Направленность (профиль)	Технология, дизайн и экобрендинг упаковки
Направление подготовки	29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Конструирование и цифровое моделирование одежды Художественное моделирование и цифровое проектирование изделий из кожи
Срок освоения образовательной программы	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины Продвижение продукции обувных предприятий на внутреннем и внешнем рынках основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 7 от 06.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

доцент О.А. Белицкая

Заведующий кафедрой: О.А. Белицкая

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Продвижение продукции обувных предприятий на внутреннем и внешнем рынках» изучается в четвертом семестре.

Курсовая работа/курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации: зачет

1.2 Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Продвижение продукции обувных предприятий на внутреннем и внешнем рынках» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Майнор 1).

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

- Характеристика профессиональной деятельности бакалавров;
- Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;
- Химия;
- Безопасность жизнедеятельности.

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

- Механическая технология изделий из кожи;
- Конструирование изделий из кожи;
- Химическая технология изделий из кожи;
- Проектирование технологических процессов;
- Учебная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика;
- Учебная практика. Ознакомительная практика.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## **2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Целями изучения дисциплины «Продвижение продукции обувных предприятий на внутреннем и внешнем рынках» является:

- изучение особенностей внешнеторговой деятельности предприятий; организации процесса формирования цен у производителей и заказчиков;
- изучение методов и инструментов воздействия государства на внешнеторговую деятельность;
- изучение основных понятий, категорий и инструментов инновационного маркетинга; особенностей построения современной инновационной маркетинговой политики российских и зарубежных предприятий разных отраслей;
- формирование основных понятий об инновациях в маркетинге, их типах и видах;
- изучение основ проведения исследований в инновационном маркетинге;
- изучение интернет-маркетинга и его видов, основных понятий современных видов маркетинга: нейро-маркетинг, сенсорный, латеральный, когнитивный, социальный, экологический, маркетинг высокотехнологичных продуктов;
- формирование навыков научно-теоретического подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности;

– 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.

2.1. **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
ДПК-6 Способен обосновано выбрать и эффективно использовать принципы торговой политики, разрабатывать стратегии продвижения товаров и услуг, осознанно выбирать области технического оснащения предприятий торговли с учетом специфики организации логистического обеспечения на всех этапах жизненного цикла изделий	ИД-ДПК-6.1 Разработка и оценка эффективности маркетинговых кампаний и принятие решений по их оптимизации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует и систематизирует нормативно-техническую документацию в области продвижения продукции на внутреннем и внешнем рынках;</li> <li>- использует современные подходы продвижению продукции на внутреннем и внешнем рынках, в том числе в разработке коммуникационных стратегий;</li> <li>- самостоятельно анализирует и устанавливает закономерности произведенной коллекции обувных изделий для определения факторов дизайна, способствующих успеху на рынке;</li> </ul>
	ИД-ДПК-6.2 Выбор оптимальных каналов распространения и технических решений при реализации продукции в индустрии моды	<ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливает закономерности и определяет существующие и потенциальные нужды и предпочтения потребителей и сопоставляет их с методами разработки продвижения продукции;</li> <li>- оценивает рациональность того или иного проектного решения с точки зрения комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара;</li> <li>- анализирует качество используемых в производстве основных и вспомогательных материалов с привлечением интернет-ресурсов и программных средств и обосновывает возможность их использования в технологических процессах.</li> </ul>

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная 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	<i>курсовая работа/ курсовой проект</i>	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
4 семестр	зачет	96	18	36				42	
Всего:		96	18	36				42	

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная 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/индивидуальны	Практическая подготовка, час		
<b>Четвертый семестр</b>							
ДПК-6: ИД-ДПК-6.1 ИД-ДПК-6.2	<b>Раздел I. Внешнеторговая деятельность предприятий</b>	6		18		20	Формы текущего контроля по разделу I: устный опрос, защита практических работ
	Тема 1.1 Условия и основные формы внешнеэкономической деятельности российских предприятий.	2				4	
	Тема 1.2 Стратегия внешнеторговой деятельности хозяйствующего субъекта товарного рынка. Выбор партнера внешнеторговой сделки	2				4	
	Тема 1.3 Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности. Экономическая эффективность внешнеторговой деятельности предприятия	2				4	
	Лабораторная работа № 1.1 Методы и стратегии ценообразования			6		4	
	Лабораторная работа № 1.2 Общая схема расчета цены			6		2	
	Лабораторная работа № 1.3 Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую			6		2	
ДПК-6: ИД-ДПК-6.1 ИД-ДПК-6.2	<b>Раздел II. Инновационный маркетинг</b>	12		18		22	Формы текущего контроля по разделу II: устный опрос, защита практических работ
	Тема 2.1 Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга	2				4	
	Тема 2.2 Проведение маркетинговых исследований инноваций	2				4	
	Тема 2.3 Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга	2				2	

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/индивидуальны	Практическая подготовка, час		
	Тема 2.4 Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях	2				2	
	Тема 2.5 Сенсорный маркетинг как инновационный вид маркетинга	2				2	
	Тема 2.6 Нейромаркетинг как инновационный вид маркетинга. Когнитивный маркетинг	2				2	
	Лабораторная работа № 2.1 Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга			6		2	
	Лабораторная работа № 2.2 Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях			6		2	
	Лабораторная работа № 2.3 Вирусный и партизанский маркетинг как инновационные виды маркетинга			6		2	
	Зачет						Зачет в устной форме
	<b>ИТОГО за четвертый семестр</b>	<b>18</b>		<b>36</b>		<b>42</b>	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>	<b>Внешнеторговая деятельность предприятий</b>	
Тема 1.1	Внешнеторговая деятельность предприятий	Условия и основные формы внешнеэкономической деятельности российских предприятий.
Тема 1.2	Стратегия внешнеторговой деятельности хозяйствующего субъекта товарного рынка.	Стратегия внешнеторговой деятельности хозяйствующего субъекта товарного рынка. Выбор партнера внешнеторговой сделки.
Тема 1.3	Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности.	Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности. Экономическая эффективность внешнеторговой деятельности предприятия
<b>Раздел II</b>	<b>Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга</b>	
Тема 2.1	Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга	Инновационный потенциал экономики России Отраслевые особенности инновационной политики российских компаний Инновационная маркетинговая политика российских компаний
Тема 2.2	Проведение маркетинговых исследований инноваций	Основные направления, этапы и особенности проведения исследований в инновационном маркетинге Маркетинговая информация в исследованиях инноваций Методы исследования инноваций Инновационные методы исследований потребителей
Тема 2.3	Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга	Понятие и характеристика интернет-маркетинга как инновационного метода маркетинговой деятельности Традиционные и инновационные инструменты интернет-маркетинга Интернет-ресурсы как инструменты инновационного маркетинга Поисковая оптимизация и продвижение сайта в Интернете Оmnikanальный маркетинг как современное направление развития интернет-маркетинга
Тема 2.4	Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях	Понятие и сущность термина «социальная сеть» Современные тенденции развития социальных сетей Развитие социальных сетей в России Понятие и развитие блогов
Тема 2.5	Сенсорный маркетинг как инновационный вид маркетинга	Понятие сенсорного маркетинга Особенности и инструменты сенсорного маркетинга Современное развитие сенсорного маркетинга
Тема 2.6	Нейромаркетинг как инновационный вид маркетинга. Когнитивный маркетинг	Нейромаркетинг как междисциплинарная наука, особенности его предмета и области исследования Основные понятия и методы исследования нейромаркетинга, их содержание и сущность Основные направления и перспективы развития нейромаркетинга

## 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, лабораторным занятиям и экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение индивидуальных заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;

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

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом по необходимости.

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

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины/модуля, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
<b>Раздел I</b>	<b>Коммуникативная политика в системе продвижения товаров</b>			
Тема 1.1	Внешнеторговая деятельность предприятий	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>4</b>
Тема 1.2	Стратегия внешнеторговой деятельности хозяйствующего субъекта товарного рынка.	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>4</b>



Тема 1.3	Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности.	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>4</b>
<b>Раздел II</b>	<b>Проактивное стимулирование в торговле с применением коммуникаций</b>			
Тема 2.1	Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>4</b>
Тема 2.2	Проведение маркетинговых исследований инноваций	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>4</b>
Тема 2.3	Интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>2</b>
Тема 2.4	Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>2</b>
Тема 2.5	Сенсорный маркетинг как инновационный вид маркетинга	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>2</b>
Тема 2.6	Нейромаркетинг как инновационный вид маркетинга. Когнитивный маркетинг	подготовить информационное сообщение	устное собеседование по результатам выполненной работы	<b>2</b>

### 3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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

Учебная деятельность частично проводится на онлайн-платформе за счет применения учебно-методических электронных образовательных ресурсов:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
обучение с веб-поддержкой	учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 1 категории		организация самостоятельной работы обучающихся
	учебно-методические электронные образовательные ресурсы университета 2 категории		в соответствии с расписанием

			текущей/промежуточной аттестации
--	--	--	----------------------------------

#### 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	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ДПК-6: ИД-ДПК-6.1 ИД-ДПК-6.2
высокий	85 – 100	отлично			Обучающийся: – исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения; – дополняет теоретическую информацию сведениями профессионального и исследовательского характера; – свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе; – дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные

					ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.
повышенный	65 – 84	хорошо			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия;</li> <li>– анализирует теоретические положения внешнеторговой деятельности;</li> <li>– допускает единичные негрубые ошибки;</li> <li>– достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</li> </ul>
базовый	41 – 64	удовлетворительно			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</li> <li>– испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами;</li> <li>– демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине Коммуникативная политика обувного предприятия.</li> </ul>

низкий	0 – 40	неудовлетворительно	Обучающийся: <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками, приёмами и терминологией.</li> </ul>
--------	--------	---------------------	--

## 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 Продвижение продукции обувных предприятий на внутреннем и внешнем рынках 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	Устный опрос по разделу «Внешнеторговая деятельность предприятий»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. В чем отличие внешнеэкономической деятельности и внешнеэкономических связей?</li> <li>2. В каких формах может осуществляться ВЭД?</li> <li>3. В чем заключается внешнеторговая стратегия диверсификации?</li> <li>4. Какие факторы учитываются при выходе предприятия на зарубежный рынок?</li> <li>5. Какие этапы принятия решений по выходу на международный рынок обычно проходят предприятия?</li> </ol>
2	Защита лабораторных работ по разделу «Внешнеторговая деятельность предприятий»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие виды цен выделяют в международной торговле?</li> <li>2. Какие цены относятся к публикуемым ценам?</li> <li>3. Какие цены относятся к ограниченно доступным ценам?</li> <li>4. В чем состоит отличие цен предложений по сравнению с преискурантными ценами?</li> <li>5. Для продажи каких товаров организуются аукционы?</li> </ol>
3	Устный опрос по разделу «Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие факторы влияют на инновационную деятельность?</li> <li>2. Раскройте три широкие категории методов инновационной политики.</li> <li>3. В чем заключается основная функция инновационных систем? Рассмотрите ее на трех уровнях.</li> <li>4. Какие семь источников инновационных идей сформулировал П. Друкер?</li> <li>5. Раскройте отраслевые особенности инновационной политики российских компаний.</li> </ol>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
4	Защита лабораторных работ по разделу «Инновационный маркетинг как направление развития современного маркетинга»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Раскройте понятие инновационного маркетинга как современной концепции маркетинга.</li> <li>2. Дайте характеристику основных принципов инновационного маркетинга.</li> <li>3. Объясните, в каких аспектах может рассматриваться инновационный маркетинг.</li> <li>4. Обоснуйте роль инновационного маркетинга как инструмента антикризисного управления.</li> <li>5. Объясните, какова роль инновационного маркетинга в сфере предпринимательской деятельности.</li> </ol>

### 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Устный опрос	Обучающийся в ходе опроса продемонстрировал глубокие знания сущности проблемы, были даны, полные ответы на все вопросы		5
	Обучающийся правильно рассуждает, дает верные ответы, однако, допускает незначительные неточности		4
	Обучающийся слабо ориентируется в материале, плохо владеет профессиональной терминологией.		3
	Обучающийся в ходе опроса не смог дать правильные ответы на поставленные вопросы.		2
Лабораторная работа	Работа выполнена полностью. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания выполненной работы. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденной темы в рамках лабораторной работы.		5
	Работа выполнена полностью, но допущена ошибка в расчетах		4
	Допущены ошибки при выполнении работы и в интерпретации полученных результатов		3
	Работа не выполнена.		2

## 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет: в устной форме	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инновационная маркетинговая политика российских компаний</li> <li>2. Основные направления, этапы и особенности проведения исследований в инновационном маркетинге</li> <li>3. Маркетинговая информация в исследованиях инноваций</li> <li>4. Методы исследования инноваций</li> <li>5. Инновационные методы исследований потребителей</li> <li>6. Понятие и характеристика интернет-маркетинга как инновационного метода маркетинговой деятельности</li> <li>7. Традиционные и инновационные инструменты интернет-маркетинга</li> <li>8. Интернет-ресурсы как инструменты инновационного маркетинга</li> <li>9. Поисковая оптимизация и продвижение сайта в Интернете</li> <li>10. Омниканальный маркетинг как современное направление развития интернет-маркетинга</li> </ol>

## 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Зачет: в устной форме	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете;</li> <li>– свободно выполняет практические задания повышенной сложности, предусмотренные программой, демонстрирует системную</li> </ul>		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>работу с основной и дополнительной литературой.            Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой,</li> <li>– демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</li> </ul> <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"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> <li>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые;</li> <li>– 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.</li> </ul>		3



Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ 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:		
- устный опрос		2 – 5 или зачтено/не зачтено
- защита лабораторных работ		2 – 5 или зачтено/не зачтено
- тестирование		2 – 5 или зачтено/не зачтено
<b>Итого за семестр зачет</b>		зачтено/не зачтено

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении лабораторных работ с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

## 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.
<i>119071, г. Москва, Садовническая ул., д. 35</i>	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор
аудитории для проведения лабораторных занятий, занятий по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор – доска меловая; – технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; 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 осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ 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	Т. В. Лузина, С. С. Решетникова	Ценообразование во внешней торговле ISBN 978-5-534-07444-4.	учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2024.	<a href="https://urait.ru/bcode/541088">https://urait.ru/bcode/541088</a>	нет
2	С. В. Карпова	Инновационный маркетинг ISBN 978-5-534-13282-3	учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/bcode/535965">https://urait.ru/bcode/535965</a>	нет
3	Е. Н. Голубкова	Интегрированные маркетинговые коммуникации ISBN 978-5-534-04357-0	учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/integrirovannye-marketingovye-kommunikacii-489088">https://urait.ru/book/integrirovannye-marketingovye-kommunikacii-489088</a>	нет
4	Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева, С. Б. Ильяшенко	Коммуникативная политика розничных торговых предприятий ISBN 978-5-394-03702-3	учебное пособие	Москва : Дашков и К	2020	<a href="https://znanium.com/read?id=370997">https://znanium.com/read?id=370997</a>	нет
4	Спивак, В. А.	Деловые коммуникации. Теория и практика ISBN 978-5-534-15321-7	учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/bcode/488401">https://urait.ru/bcode/488401</a>	нет
5	Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш	Логистика ISBN 978-5-534-12457-6	учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/bcode/536138">https://urait.ru/bcode/536138</a>	нет
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							

1	В. Л. Музыкант	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A  ISBN 978-5-534-14314-0	учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт,	2021.	<a href="https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-477312#">https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-477312#</a>	нет
2	В. Л. Музыкант	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг  ISBN 978-5-534-14309-6	учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2021	<a href="https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brending-477307">https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brending-477307</a>	нет
3	Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин	Внешнеэкономическая деятельность  ISBN 978-5-534-17237-9	учебник и практикум для среднего профессионального образования	Москва : Издательство Юрайт	2024	<a href="https://urait.ru/bcode/545004">https://urait.ru/bcode/545004</a>	нет
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Белицкая О.А.	Коммуникационная политика в легкой промышленности	УП	М.: РГУ им. А.Н. Косыгина	2023	Локальная сеть университета	10

## 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» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>
5.	ООО НЭБ <a href="https://www.elibrary.ru/">https://www.elibrary.ru/</a>
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	<a href="http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/">http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/</a> - базы данных на Едином Интернет-портале Росстата;
2.	<a href="http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a> - библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам;
3.	<a href="http://www.scopus.com/">http://www.scopus.com/</a> - реферативная база данных Scopus – международная универсальная реферативная база данных;
4.	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> - крупнейший российский информационный портал электронных журналов и баз данных по всем отраслям наук;
5.	<a href="http://arxiv.org">http://arxiv.org</a> — база данных полнотекстовых электронных публикаций научных статей по физике, математике, информатике;
6.	<a href="http://www.garant.ru/">http://www.garant.ru/</a> - Справочно-правовая система (СПС) «Гарант», комплексная правовая поддержка пользователей по законодательству Российской Федерации; и т.д.

### 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.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.

10.	<i>Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
11.	<i>SolidWorks</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
12.	<i>Rhinoceros</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
13.	<i>Simplify 3D</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
14.	<i>FontLab VI Academic</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
15.	<i>Pinnacle Studio 18 Ultimate</i>	<i>контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019</i>
16.	<i>КОМПАС-3d-V 18</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
17.	<i>Project Expert 7 Standart</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
18.	<i>Альт-Финансы</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
19.	<i>Альт-Инвест</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
20.	<i>Программа для подготовки тестов Indigo</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
21.	<i>Диалог NIBELUNG</i>	<i>контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019</i>
22.	<i>Windows 10 Pro, MS Office 2019</i>	<i>контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020</i>
23.	<i>Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
24.	<i>Mathcad Education - University Edition Subscription</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
25.	<i>CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
26.	<i>Mathematica Standard Bundled List Price with Service</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
27.	<i>Network Server Standard Bundled List Price with Service</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
28.	<i>Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>
29.	<i>Microsoft Windows 11 Pro</i>	<i>контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021</i>



**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

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

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