

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.09.2023 17:25:06
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9abb82479

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 социальной инженерии
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Ведение телевизионных программ
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	Очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 10.03.2023 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Доцент А.Д. Петросян

Заведующий кафедрой: Е.Г. Карпова

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Маркетинг» на очной форме обучения изучается на 4 курсе, в восьмом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

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

- Теория и практика массовой информации
- Методология и методы исследования в рекламе
- Основы теории коммуникации
- Основы рекламной деятельности и PR
- Интегрированные коммуникации в рекламе и PR
- Основы проектной деятельности
- Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика

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

- Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
- Социология рекламы и PR в коммерческой сфере
- Брендинг в коммерческой сфере
- Современные массмедиа в коммерческой сфере
- Производственная практика. Профессионально-творческая практика

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

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является подготовка специалистов, способных на базовом уровне оценивать рыночную ситуацию заданного сегмента, планировать и контролировать набор маркетинговых исследований, соответствующих маркетинговой стратегии компании и рыночной ситуации

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
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИД-ОПК-5.1 Знание совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>Умеет реализовывать профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
	<p>ИД-ОПК-5.2 Осуществление своих профессиональных журналистских действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИД-ОПК-6.1 Знание основных принципов, методов и свойств информационных технологий</p>	<p>Способен понимать принципы и методику работы современных информационных технологий и применять их на практике для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Знает основные принципы, методов и свойств информационных технологий</p>
	<p>ИД-ОПК-6.2 Использование современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности</p>	
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИД-ОПК-7.1 Знание принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствия профессиональной деятельности</p>	<p>Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, в соответствии с принципами социальной ответственности</p> <p>Умеет применять на практике творческие приемы при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии</p>
	<p>ИД-ОПК-7.2 Осуществление поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	журналиста

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	144	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	курсовая работа	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
8 семестр	экзамен	144	32	32				44	36
Всего:		144	32	32				44	36

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/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
Восьмой семестр							
ОПК-5	Раздел I. Сущность, принципы и функции маркетинга	16	16			22	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Устный опрос
ИД-ОПК-5.1	Тема 1.1 Основные понятия в маркетинге	4					
ИД-ОПК-5.2	Тема 1.2 Цели, задачи и функции маркетинга	4					
ОПК-6	Тема 1.3 Этапы развития маркетинга	4					
ИД-ОПК-6.1	Тема 1.4. Концепции и классификация маркетинга	4					
ИД-ОПК-6.2	Практическое занятие № 1.1 Основные понятия в маркетинге		4			6	
ИД-ОПК-6.3	Практическое занятие № 1.2. Цели, задачи и функции маркетинга		4			6	
ОПК-7	Практическое занятие № 1.3. Этапы развития маркетинга		4			5	
ИД-ОПК-7.1	Практическое занятие № 1.4. Концепции и классификация маркетинга		4			5	
ИД-ОПК-7.2							
	Раздел II. Маркетинговые исследования и стратегия маркетинговой деятельности	16	16			22	Формы текущего контроля по разделу II: Собеседование Эссе
	Тема 2.1 Характеристика маркетингового исследования	4					
	Тема 2.2 Методы анализа маркетинговой информации	4					
	Тема 2.3 Стратегии и планирование маркетинга	4					
	Тема 2.4 Организация и контроль маркетинга	4					
	Практическое занятие № 2.1. Характеристика маркетингового исследования		4			6	

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 занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Практическое занятие № 2.2. Методы анализа маркетинговой информации		4			6	
	Практическое занятие № 2.3. Стратегии и планирование маркетинга		4			5	
	Практическое занятие № 2.4. Организация и контроль маркетинга		4			5	
	Экзамен					36	
	ИТОГО за восьмой семестр	32	32			44	
	ИТОГО за весь период	32	32			144	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел I Сущность, принципы и функции маркетинга		
Тема 1.1	Основные понятия в маркетинге	Подходы к определению понятия «маркетинг». Концепция маркетинга: потребность, нужда, желание, спрос, продукт, обмен, сделка. Признаки сделки. Условия сделки. Формы сделки. Собственность, отчуждение, субъекты собственности. Потребности человека по А. Маслоу. Рынок. Составляющие хозяйственного механизма.
Тема 1.2.	Цели, задачи и функции маркетинга	Основная цель маркетинга. Социальная цель. Основные задачи маркетинга. Функции маркетинга: конъюнктура рынка, прогноз спроса и предложения, рыночные возможности, сегментация рынка, моделирование покупательского поведения, стратегии маркетинга на медиарынке, ценовая политика.
Тема 1.3.	Этапы развития маркетинга	Первый период (1860-1920 гг.). Второй период (1920-1930 гг.). Третий период (1930-1950 гг.). Функциональный подход. Институциональный подход. Товарный подход. Управленческий маркетинг. Глобальный маркетинг. Социально-этичный маркетинг. Эволюция маркетинга в России: первый период (1920-1930 гг.), второй период (1930-1960 гг.), третий этап (1970-е гг.), четвертый (1980-1990 гг.). Пятый (конец 1990-х по настоящее время). Маркетинг в СССР. Маркетинг в современной России.
Тема 1.4.	Концепции и классификация маркетинга	Суть понятия «концепция». Схема: производитель (продавец) – потребитель (покупатель) – государство (власть). Производственная концепция: произвожу то, что могу. Товарная концепция: производство качественных товаров. Сбыточная: развитие каналов сбыта. Традиционный маркетинг: произвожу то, что нужно потребителю. Социально-этичный маркетинг: произвожу то, что нужно потребителю с учетом требований общества. Маркетинг взаимодействия: произвожу то, что удовлетворяет потребителей и партнеров. Виды маркетинга.
Раздел II Маркетинговые исследования и стратегия маркетинговой деятельности		
Тема 2.1.	Характеристика маркетингового исследования	Понятие «маркетинговое исследование». Задачи такого исследования. Критерии маркетинговых исследований: критерии допустимости, критерии полезности, эффективность информации. Четыре фактора необходимости проведения маркетингового исследования. Этапы проведения маркетингового исследования.
Тема 2.2.	Методы анализа маркетинговой информации	Статистическая сводка. Регрессионный анализ, вариационный анализ. Факторный анализ. Дискриминантный анализ. Кластер-анализ. Виды группировок информации. Методы прогнозирования.
Тема 2.3.	Стратегии и планирование маркетинга	Управление маркетингом. Глобальные направления маркетинга: стратегия интернационализации, стратегия диверсификации, стратегия сегментации. Стратегия

		недифференцированного маркетинга. Стратегия дифференцированного маркетинга. Стратегия концентрированного (целевого) маркетинга. Стратегия роста Ф. Котлера. Типы стратегий конкурентной борьбы М. Портера. Планирование: стратегический план, план маркетинга, бизнес-планирование, бизнес-план. Бюджет маркетинга.
Тема 2.4.	Организация и контроль маркетинга	Организация маркетинга. Требования к службе маркетинга. Функциональная организация службы маркетинга. Товарно-функциональная организация. Организация службы маркетинга по географическим рынкам. Товарно-рыночная организация. Контроль маркетинга: составные элементы.

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 и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- решение задач;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- выполнение курсовых работ;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

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

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по курсовой работе;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- проведение ежемесячных мастер-классов практиками медиарынка;

– индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

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

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

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

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

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

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		
			профессиональной(-ых) компетенции(-й)		
			ОПК-5 ИД-ОПК-5.1 ИД-ОПК-5.2	ОПК-6 ИД-ОПК-6.1 ИД-ОПК-6.2 ИД-ОПК-6.3	ОПК-7 ИД-ОПК-7.1 ИД-ОПК-7.2
высокий		отлично	<p>Обучающийся: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования Умеет реализовывать профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Обучающийся: Способен понимать принципы и методику работы современных информационных технологий и применять их на практике для решения задач профессиональной деятельности Знает основные принципы, методов и свойств информационных технологий</p>	<p>Обучающийся: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, в соответствии с принципами социальной ответственности Умеет применять на практике творческие приемы при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p>

повышенный		хорошо	<p>Обучающийся: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования Умеет реализовывать профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Обучающийся: Способен понимать принципы и методику работы современных информационных технологий и применять их на практике для решения задач профессиональной деятельности Знает основные принципы, методов и свойств информационных технологий</p>	<p>Обучающийся: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, в соответствии с принципами социальной ответственности Умеет применять на практике творческие приемы при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста, но не на должном уровне</p>
базовый		удовлетворительно	<p>Обучающийся: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования Не умеет реализовывать</p>	<p>Обучающийся: Способен понимать принципы и методику работы современных информационных технологий и применять их на практике для решения задач профессиональной деятельности Знает основные принципы, методов и свойств информационных технологий, но не на должном уровне</p>	<p>Обучающийся: Не обладает способностью учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, в соответствии с принципами социальной ответственности Умеет применять на практике творческие приемы при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии</p>

			профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы	журналиста, но не в полной мере
низкий		неудовлетворительно	Обучающийся: Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации Испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами Не способен проанализировать медиаканал и медианоситель, путается в особенностях применения различных медиа Не владеет принципами планирования и организации рекламной деятельности, что затрудняет определение медиаканалов и медианосителей 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 «Маркетинг» 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	Темы эссе по разделу/теме: «Основные понятия в маркетинге»	Темы эссе: 1. Наблюдение, как метод сбора первичной информации. 2. Эксперимент, как метод сбора первичной информации. 3. Опрос, как метод сбора первичной информации. 4. Основные кабинетные методы сбора информации.

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
2	Собеседование по разделу/теме: «Цели, задачи и функции маркетинга»	Вопросы для собеседования: 1. Понятие и сущность маркетинговых исследований. 2. Социальный и политический маркетинг. 3. Международные маркетинговые исследования. 4. Кодексы профессионального поведения и этики.
3	Доклад по разделу/теме: «Основные понятия в маркетинге»	Темы докладов 1. Этапы развития и концепции маркетинга. 2. Основные признаки и методы сегментации рынка. 3. Виды маркетинговых стратегий по охвату целевых рынков. 4. Анализ привлекательности и выбор целевых рынков (сегментов).
4	Устный опрос по разделу/теме: «Основные понятия в маркетинге»	Вопросы: 1. Междисциплинарность маркетинговых исследований, как определяющий фактор их современного развития. 2. Целесообразность проведения маркетинговых исследований для организации 3. Дифференцированный и конверсионный маркетинг. 4. Концентрированный и стратегический маркетинг.

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Собеседование	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		5
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.		
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		3
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2
	Не получены ответы по базовым вопросам.		2
	Не принимал участия в собеседовании.		2
Эссе	Эссе выполнено полностью. В логических рассуждениях отсутствуют ошибки.		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Возможно наличие одной неточности, что не является следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		
	Эссе выполнено полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	В эссе допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Эссе выполнено не полностью. В материале допущены грубые ошибки.		2
Доклад	Доклад выполнен 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.		5
	Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Доклад не подготовлен.		
Устный опрос	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		5
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	определениях.		
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен: в устной форме	<ol style="list-style-type: none"> 1. Эволюция маркетинговых концепций. Современные тенденции развития маркетинга. 2. Маркетинг партнерских отношений как новая парадигма маркетинга. Ключевые клиенты. 3. Три точки зрения на современный российский маркетинг: ориентация на продажи, на спрос и на ценности. 4. Маркетинговая функция, система маркетинга на предприятии и служба маркетинга. 5. Внешнее маркетинговое окружение: макросреда, микросреда, значение их состояния для предприятия. 6. Конкурентная среда. Конкуренты. Уровни конкуренции. 7. Стратегические маркетинговые решения как часть общей системы корпоративного управления. 8. Конкурентное преимущество. Маркетинговый смысл конкурентных стратегий. 9. Общая конкурентная матрица М. Портера.

	<ol style="list-style-type: none"> 10. Стратегии ценового лидерства, продуктового лидерства, лидерства в нише. 11. Матрица конкурентных преимуществ: упреждающие и пассивные стратегии в зависимости от позиции на рынке. 12. Целевой рынок. Агрегированный маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг. 13. Сегментация рынка. Этапы и методы сегментации. 14. Требования к выбору целевого сегмента. 15. Спрос. Измерение и прогнозирование спроса. 16. Позиционирование. Методы выявления показателей и критериев позиционирования. Перепозиционирование. 17. Товар в маркетинговой деятельности. 18. Жизненный цикл товара. Изменение стратегии маркетинга в зависимости от стадии жизненного цикла товара. 19. Марка. Значение марок в маркетинге. Создание марки, основные решения в области марочной политики. 20. Цена. Значение и характеристики цены как инструмента маркетинга. Основные факторы, влияющие на цены. 21. Стратегии ценообразования. Ценовая и неценовая конкуренция. 22. Способы ценообразования в маркетинге. Психологические аспекты ценообразования. 23. Стимулирование. Скидки и зачеты. Виды скидок. 24. Распределение. Задачи, функции распределения. 25. Каналы распределения. Выбор типа канала распределения. 26. Основные характеристики и цели маркетинговых исследований. 27. Виды маркетинговых исследований. 28. Основные этапы процесса маркетинговых исследований.
--	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен/зачет: в устной форме по билетам	Обучающийся: <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 		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>научную дискуссию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>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"> – 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. <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. <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями</p>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.		
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.		2

5.5. Примерные темы курсовой работы:

Не предусмотрена

5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы

5.7. 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:		
- собеседование		2 – 5
- доклад		2 – 5
- эссе		2 – 5
- устный опрос		2 – 5
Промежуточная аттестация курсовая работа экзамен		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за семестр экзамен		отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;

- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

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.

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

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

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, ул. Малая Калужская, д. 1, учебный корпус4	
Аудитория № 6213 для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
Аудитория № 6213 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника, подключенная 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 дисциплины 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
1	2	3	4	5	6	7	8
9.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Карасев А.П.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/book/marketingovyeye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-511401	
2	Божук С.Г.	Маркетинговые исследования	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/book/marketingovyeye-issledovaniya-510093	
3	Галицкий Е.Б.	Маркетинговые исследования. Теория и практика	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2022	https://urait.ru/book/marketingovyeye-issledovaniya-teoriya-i-praktika-488325	
9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Лукичёва Т.А.	Маркетинг	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/book/marketing-531182	
2	Карпова С.В.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/book/marketing-v-otraslyah-i-sferah-deyatelnosti-512019	
3	Воронцова М.В.	Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2022	https://urait.ru/book/tehnologiya-formirovaniya-imidzha-pr-i-reklamy-v-socialnoy-rabote-497436	
9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Карпова Е.Г., Кашеев О.В., Усик С.П.	Реклама и связи с общественностью. Учебно-методическое пособие по	Учебно-методическое пособие	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10

		подготовке и защите курсовых работ					
2	Дружинина И.А.	Проектирование бренда : метод. указания к курсовой работе	Методические указания	МГУДТ, 2016	2016		1

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.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	ЭБС ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru
5.	ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com/ .
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
.	Web of Science http://webofknowledge.com/
.	Scopus http://www.Scopus.com/
.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/
.	«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

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры
1	2023	Обновление всех разделов рабочей программы	№ 8 от 10.03.2023 г.