

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор  
Паршина А.А.

**Маркетинг**  
рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план	38.05.02_23_ЗФО.plx 38.05.02 Таможенное дело профиль: Управление таможенным делом и организация внешнеэкономической деятельности	
Квалификация	<b>специалист</b>	
Форма обучения	<b>заочная</b>	
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах: зачеты 5
в том числе:		
аудиторные занятия	6	
самостоятельная работа	136	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0,1	
часов на контроль	1,9	

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	5		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	2	2	2	2
Иная контактная работа	0,1	0,1	0,1	0,1
Итого ауд.	6	6	6	6
Контактная работа	6,1	6,1	6,1	6,1
Сам. работа	136	136	136	136
Часы на контроль	1,9	1,9	1,9	1,9
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):  
к.э.н., Доцент, Левчук В.В.

Рецензент(ы):  
*д.э.н., профессор, Павлюкова А.В.*

Рабочая программа дисциплины  
**Маркетинг**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:  
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - специалитет по специальности 38.05.02  
Таможенное дело (приказ Минобрнауки России от 25.11.2020 г. № 1453)

составлена на основании учебного плана:  
38.05.02 Таможенное дело  
профиль: Управление таможенным делом и организация внешнеэкономической деятельности  
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры  
**Маркетинг, реклама и туризм**

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Зав. Кафедрой к.э.н., доцент Черемисова Н.Ф.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	изучение основного инструментария маркетинга, получения и анализа маркетинговой информации для принятия управленческих решений в области маркетинговой политики предприятия.
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Анализ хозяйственной деятельности
2.1.2	Мировая экономика
2.1.3	Управление предприятием малого и среднего бизнеса
2.1.4	Основы предпринимательской деятельности: региональный и внешнеторговый аспект
2.1.5	Бухгалтерский учет
2.1.6	Менеджмент
2.1.7	Налоги и налогообложение
2.1.8	Финансы
2.1.9	Экономика таможенного дела
2.1.10	Ценообразование во внешней торговле
2.1.11	Экономическая география и регионалистика мира
2.1.12	Экономическая теория
2.1.13	Валютное регулирование и валютный контроль
2.1.14	Организация предпринимательской деятельности
2.1.15	Правовые основы предпринимательской деятельности
2.1.16	Таможенные платежи
2.1.17	Таможенные платежи и таможенная стоимость в различных таможенных процедурах
2.1.18	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков
2.1.19	Основы научных исследований
2.1.20	Управление персоналом в таможенных органах
2.1.21	Экономический потенциал Российской Федерации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ**

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:**

**3.1 Знать**

как использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности, как анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития, основные экономические и управленческие законы, виды рынков и их особенности, как обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, как разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений

**3.2 Уметь**

использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности, анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития, использовать знания основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей, обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений

**3.3 Владеть**

навыками использования экономических знаний при решении прикладных задач в различных сферах

**УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла****УК-2.1: Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость**

Частично знает как формулировать цели проекта, обосновывать его значимость и реализуемость

В большинстве случаев знает как формулировать цели проекта, обосновывать его значимость и реализуемость

Свободно и уверенно знает как формулировать цели проекта, обосновывать его значимость и реализуемость

Частично умеет формулировать цели проекта, обосновывать его значимость и реализуемость

В большинстве случаев умеет формулировать цели проекта, обосновывать его значимость и реализуемость
Свободно и уверенно умеет формулировать цели проекта, обосновывать его значимость и реализуемость
Частично формулирует цели проекта, обосновывает его значимость и реализуемость
В большинстве случаев формулирует цели проекта, обосновывает его значимость и реализуемость
Свободно и уверенно формулирует цели проекта, обосновывает его значимость и реализуемость
<b>УК-2.2: Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</b>
Частично знает как разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
В большинстве случаев знает как разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
Свободно и уверенно знает как разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
Частично умеет разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
В большинстве случаев умеет разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
Свободно и уверенно умеет разрабатывать программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
Частично разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
В большинстве случаев разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
Свободно и уверенно разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений
<b>УК-2.3: Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами</b>
Частично знает как обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
В большинстве случаев знает как обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
Свободно и уверенно знает как обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
Частично умеет обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
В большинстве случаев умеет обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
Свободно и уверенно умеет обеспечивать выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
Частично обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
В большинстве случаев обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
Свободно и уверенно обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами
<b>ОПК-1: Способен применять знания в сфере экономики и управления, анализировать потенциал и тенденции развития российской и мировой экономики для решения практических и (или) исследовательских задач в профессиональной деятельности;</b>
<b>ОПК-1.1: Владеет знаниями основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей</b>
Частично знает основные экономические и управленческие законы, виды рынков и их особенности
В большинстве случаев знает основные экономические и управленческие законы, виды рынков и их особенности
Свободно и уверенно знает основные экономические и управленческие законы, виды рынков и их особенности
Частично умеет использовать знания основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей
В большинстве случаев умеет использовать знания основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей
Свободно и уверенно умеет использовать знания основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей
Частично использует знания основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей
В большинстве случаев использует знания основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей
Свободно и уверенно использует знания основных экономических и управленческих законов, видов рынков и их особенностей
<b>ОПК-1.2: Умеет анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития</b>
Частично знает как анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности

развития
В большинстве случаев знает как анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития
Свободно и уверенно знает как анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития
Частично умеет анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития
В большинстве случаев умеет анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития
Свободно и уверенно умеет анализировать социально-экономические явления и процессы, выявлять их взаимосвязи и особенности развития
Частично анализирует социально-экономические явления и процессы, выявляет их взаимосвязи и особенности развития
В большинстве случаев анализирует социально-экономические явления и процессы, выявляет их взаимосвязи и особенности развития
Свободно и уверенно анализирует социально-экономические явления и процессы, выявляет их взаимосвязи и особенности развития
<b>ОПК-1.3: Использует экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности</b>
Частично знает как использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
В большинстве случаев знает как использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
Свободно и уверенно знает как использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
Частично умеет использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
В большинстве случаев умеет использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
Свободно и уверенно умеет использовать экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
Частично использует экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
В большинстве случаев использует экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности
Свободно и уверенно использует экономические знания при решении прикладных задач в различных сферах общепрофессиональной деятельности

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Сущность и особенности маркетинга. Понятие маркетинговой среды /Тема/	5	0				
1.2	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.3	/Пр/	5	0,2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.4	/Ср/	5	25	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		

1.5	Маркетинговые исследования и маркетинговая информация /Тема/	5	0				
1.6	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.7	/Пр/	5	0,2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.8	/Ср/	5	8	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.9	Целевой маркетинг /Тема/	5	0				
1.10	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.11	/Пр/	5	0,2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.12	/Ср/	5	10	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.13	Товар в системе маркетинга /Тема/	5	0				
1.14	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.15	/Пр/	5	0,2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.16	/Ср/	5	13	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.17	Маркетинговые коммуникации /Тема/	5	0				
1.18	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		

1.19	/Пр/	5	0,2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.20	/Ср/	5	10	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.21	Организация маркетинговой деятельности предприятия /Тема/	5	0				
1.22	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.23	/Пр/	5	0,2	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.24	/Ср/	5	20	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.25	. Планирование и контроль в маркетинге /Тема/	5	0				
1.26	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.27	/Пр/	5	0,3	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.28	/Ср/	5	20	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.29	Международный маркетинг /Тема/	5	0				
1.30	/Лек/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.31	/Пр/	5	0,5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		

1.32	/Ср/	5	20	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.33	Маркетинг и общество /Тема/	5	0				
1.34	/Ср/	5	10	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5		
1.35	/Зачёт/	5	1,9	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3			
1.36	/ИКР/	5	0,1	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3			

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к (зачету) экзамену:

1. Понятие маркетинга, его социально-экономическая сущность.
2. Роль маркетинга в деятельности предприятия.
3. Основные принципы и функции маркетинга.
4. Основные элементы комплекса маркетинга.
5. Понятие рынка, его основные характеристики.
6. Стратегия целевого маркетинга.
7. Сущность и цели сегментирования.
8. Критерии оценки сегмента.
9. Товар в маркетинге.
10. Позиционирование товара.
11. Этапы жизненного цикла товара.
12. Стратегия маркетинга на этапах ЖЦТ.
13. Товарный ассортимент: принципы формирования и характеристики.
14. Конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности.
15. Ценообразование в маркетинге.
16. Факторы ценообразования, их характеристика.
17. Стратегии ценообразования в маркетинге.
18. Сбытовая политика в деятельности предприятия.
19. Понятие и элементы маркетинговых коммуникаций.
20. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
21. Сущность рекламы, цели и задачи.
22. Цели и функции публич рилейшнз.
23. Бюджет рекламы.
24. Средства рекламы: характеристика, преимущества и недостатки.
25. Стимулирование сбыта в деятельности предприятия.
26. Классификация потребительских товаров.
27. Классификация товаров производственно-технического назначения.
28. Конкурентоспособность товара: сущность и оценка.
29. Классификация планов маркетинга.
30. Структура маркетингового управления.
31. Направления и этапы маркетинговых исследований
32. Сущность и классификация методов полевых исследований в маркетинге.
33. Основные характеристики микро- и макросреды маркетинга.
34. Маркетинговый контроль и контроллинг.
35. Сущность и составляющие международного маркетинга.
36. Сегментация в международном маркетинге.
37. Социально ориентированный маркетинг. Некоммерческий маркетинг.



**5.2. Темы письменных работ**

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

Тема 1. Сущность и особенности маркетинга. Понятие маркетинговой среды

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Социально-экономическая сущность маркетинга
2. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга.
3. Понятие маркетинга.
4. Эволюция развития маркетинга во внутренней и внешней торговле.
5. Концепции маркетинга.
6. Основные принципы маркетинга.
7. Функции маркетинга.
8. Система маркетинга.
9. Комплекс маркетинга.
10. Классификация типов и видов маркетинга.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Маркетинг в России.
2. Понятие маркетинговой среды.
3. Внутренняя и внешняя среда маркетинга.
4. Основные факторы микросреды: покупатели, конкуренты, поставщики, посредники, контактные аудитории.
5. Факторы макросреды маркетинга и их характеристика.

Тема 2. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Процедура маркетинговых исследований.
2. Основные этапы и инструменты маркетингового исследования.
3. Кабинетные и полевые исследования.
4. Маркетинговые исследования в различных областях деятельности.
5. Понятие системы маркетинговой информации.
6. Первичная и вторичная информация.
7. Требования к маркетинговой информации.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Система внутренней отчетности.
2. Система внешней маркетинговой информации
3. Методы современных маркетинговых исследований
4. Атрибутивные признаки классификации проектов маркетинговых исследований
5. Характеристика принципиальных различий качественных и количественных маркетинговых исследований.

Тема 3. Целевой маркетинг

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Понятие сегмента, признаки и критерии сегментации.
2. Сегментация рынка потребительских товаров, товаров производственно-технического назначения, рынка услуг.
3. Выбор сегментов рынка.
4. Стратегии маркетинга: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.
5. Понятие позиционирования.
6. Карта позиционирования.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Сформулируйте наиболее эффективные, согласно Вашему мнению, маркетинговые стратегии. Обоснуйте собственную точку зрения.
2. Основные требования, предъявляемые к разработке маркетинговых стратегий хозяйствующих субъектов, и оценка их экономической эффективности.
3. Алгоритм разработки маркетинговых стратегий предприятий.
4. Характеристика основных стратегий роста и иллюстрация их примерами из российской маркетинговой практики.

Тема 4. Товар в системе маркетинга

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Классификация товара с точки зрения маркетинга.
2. Качество и конкурентоспособность товара.
3. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ).
4. Стратегия маркетинга на разных этапах ЖЦТ.
5. Товарный ассортимент и его характеристики.

## 6. Ценообразование в маркетинге.

### Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Важнейшие принципы и методы, используемые в процессе позиционирования товара на рынке.
2. Приоритетные маркетинговые факторы, пролонгирующие «жизненный цикл» товара. Критерии оптимальности пролонгирования.
3. Представление об оптимальном товарном ассортименте предприятия.
4. Содержательная сущность понятия «брендинг».
5. Маркетинговая составляющая «жизненного цикла» бренда.

## Тема 5. Маркетинговые коммуникации

### Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Продвижение как элемент комплекса маркетинга.
2. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
3. Личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций.
4. Реклама: сущность, функции, виды, цели.
5. Бюджет рекламы.
6. Паблик рилейшнз (PR), функции и виды.
7. Роль PR в формировании общественного мнения.

### Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Содержательная сущность и приоритетные направления реализации коммуникационной политики хозяйствующих субъектов.
2. Основные этапы процесса планирования рекламной кампании.
3. Представление о доминирующих маркетинговых мерах стимулирования сбытовой деятельности современных предприятий.
4. Приоритетные методы прямого маркетингового воздействия.

## Тема 6. Организация маркетинговой деятельности предприятия

### Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Организация деятельности маркетинговых служб предприятий.
2. Принципы и этапы организации службы маркетинга.
3. Руководители службы маркетинга.
4. Регламентация деятельности маркетинговой службы на предприятии.

### Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Изучение основных функций маркетинговой деятельности современных хозяйствующих субъектов.
2. Содержательная сущность маркетинговых воздействий
3. Специфика формирования и проявления интегрированного, производственно-сбытового, инновационно-стратегического, экологического и социального маркетинга.
4. Классификация маркетинговых воздействий по территориям охвата.
5. Понятие об внутреннем, экспортном, импортном, внешнеторговом, внешнеэкономическом, международном, мультинациональном и глобальном маркетинге.
6. Характеристика разновидностей маркетинга, определяемых характером экономического спроса: конверсионного, стимулирующего, поддерживающего, противодействующего, а также ремаркетинга, синхромаркетинга, демаркетинга.

## Тема 7. Планирование и контроль в маркетинге

### Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Управление маркетинговой деятельностью предприятия.
2. Система маркетинговых планов.
3. Основные виды и этапы маркетингового планирования.
4. Бюджет маркетинга.
5. Оценка и контроль маркетинговой деятельности предприятия.
6. Контроллинг и аудит в маркетинге.

### Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Этапы процесса внутрифирменного планирования.
2. Принципы разработки маркетинговой программы хозяйствующего субъекта.
3. Положения и разделы типичной маркетинговой программы современного предприятия.
4. Практические примеры из практики составления маркетинговых программ конкретных хозяйствующих субъектов.
5. Бизнес-планирование

## Тема 8. Международный маркетинг

### Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Международная маркетинговая среда.
2. Международная сегментация.
3. Экспортный маркетинг, международный маркетинг, глобальный маркетинг.
4. Стратегия международного маркетинга.
5. Особенности ценообразования в международном маркетинге.
6. Международная реклама.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Международные товарные стратегии.
2. Маркетинговые характеристики товарной политики на международных рынках.
3. Сервисная политика в международном маркетинге.
4. Информационная система, задачи и предмет маркетинговых исследований в международном маркетинге.
5. Процесс и дизайн маркетингового исследования в международном маркетинге.
6. Методы получения и обработки маркетинговой информации в международном маркетинге.
7. Структура, содержание и основные источники маркетинговой информации.
8. Международные маркетинговые исследования в сети Internet.

Тема 9. Маркетинг и общество

Задания для занятий семинарского типа

Подготовьтесь к собеседованию по вопросам:

1. Социальные особенности маркетинга.
2. Этический маркетинг.
3. Маркетинг и экология.
4. Некоммерческий маркетинг.
5. Маркетинг и защита прав потребителя.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте реферат по одной из следующих тем:

1. Особенности социального маркетинга, его основные отличия от коммерческого маркетинга.
2. Задачи социального маркетинга.
3. Спонсорство и благотворительность.
4. Социальная ответственность бизнеса: мировой опыт, структура и тенденции.
5. Роль международных организаций в регулировании норм социальной ответственности бизнеса.
6. Понятие некоммерческого продукта.
7. Установление цен на продукты некоммерческой организации.

### 5.3. Фонд оценочных средств

- 1) оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
  - устный и письменный опрос,
  - собеседование,
  - реферативное задание,
  - тестовое задание
- 2) оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме: контрольных вопросов и заданий для зачета, экзамена.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020
Л1.2	Калужский М. Л.	Маркетинг: учебник	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Реброва Н. П., Лунева Е. А.	Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты: учебное пособие	Москва: Прометей, 2020

	Авторы, составители	Заглавие			Издательство, год
Л2.2	Иванова В. А.	Исследования в маркетинге и рекламе: учебное пособие			Москва: Дело, 2019
<b>6.1.3. Методические разработки</b>					
	Авторы, составители	Заглавие			Издательство, год
Л3.1	Пашковская Т. В., Агафонова Т. П.	Маркетинг: учебное пособие			Таганрог: Таганрогский государственный педагогический институт, 2011
Л3.2	Шипкова О. Т., Шатаева О. В., Скубрий Е. В., Николаев М. В.	Основы международного менеджмента и маркетинга: учебное пособие			Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021
<b>6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы</b>					
Э1	Статистические материалы Госкомстата, размещенные на официальном сайте				
Э2	Статистические материалы по Ростовской области, размещенные на официальном сайте Администрации Ростовской области				
Э3	Министерство финансов РФ				
Э4	официальный сайт Минэкономразвития РФ				
Э5	Центр «Налоги и бухгалтерское дело»				
<b>6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>					
6.3.2.1	2. Информационная справочная система «Гарант»				
6.3.2.2	1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс				
<b>7. МТО (оборудование и технические средства обучения)</b>					
<b>№</b>	<b>Назначение</b>	<b>Оборудование</b>	<b>ПО</b>	<b>Адрес</b>	<b>Вид</b>
47/2	Лек.	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 30 шт., доска – 1 шт.,		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	Лек
<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>					
<p>Обучение по дисциплине (модулю) предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические/семинарские) и самостоятельной работы студентов. Практические/семинарские занятия дисциплины могут проводиться в различных формах с целью оценки достижения компетенций.</p> <p>Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;</li> <li>- ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);</li> <li>- ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины или с электронными материалами, предложенными лектором;</li> <li>- записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.</li> </ul> <p>Подготовка к практическим (семинарским) занятиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внимательно прочитать материал лекций, относящихся и к данному занятию, ознакомиться с учебными материалами, включая электронные в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе учебной дисциплины;</li> <li>- подготовить развернутые ответы на вопросы, предложенные для обсуждения;</li> <li>- выполнить задания, если они предусмотрены в письменной форме;</li> <li>- понять, что осталось неясными и постараться получить на них ответ заранее;</li> <li>- готовиться к практическим/семинарским занятиям можно как индивидуально, так и в составе малой группы;</li> <li>- рабочую программу учебной дисциплины необходимо использовать в качестве основного ориентира в организации обучения;</li> </ul> <p>Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- программой дисциплины;</li> <li>- тематическими планами лекций, семинарских занятий;</li> <li>- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;</li> <li>- перечнем и тематикой письменных работ, а также методическими рекомендациями по их выполнению;</li> <li>- перечнем вопросов (вопросов к зачету).</li> </ul>					