

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.06.2026 09:12:39
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
24.11.2025 г.
протокол № 5
Зав. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

16 декабря 2025 г.

протокол № 4

Председатель Карх Д.А.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Маркетинг
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль	Финансовый и налоговый учет
Форма обучения	очно-заочная
Год набора	2026
Разработана:	
Доцент, к.э.н.	
Агабабаев М.С.	

Екатеринбург
2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	12
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	13
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	18
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	18
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	19
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	20

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)
---------	--

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг» является углубление теоретических знаний и приобретение практических навыков организации и управления маркетингом на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности. Изучение данной дисциплины способствует формированию: системного представления о роли и особенностях маркетинга, о возможностях использования маркетинговых инструментов для обеспечения конкурентоспособности предприятий, роста благосостояния общества и гармонично развитой личности студента.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 5						
Зачет	108	20	8	12	84	3

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
расчетно-экономический	

<p>ПК-1 Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности</p>	<p>ИД-1.ПК-1 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Законодательство Российской Федерации о бухгалтерском учете, налогах и сборах, аудиторской деятельности, официальном статистическом учете, архивном деле, социальном и медицинском страховании, пенсионном обеспечении; о противодействии коррупции и коммерческому подкупу, легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма; о порядке изъятия бухгалтерских документов, об ответственности за непредставление или представление недостоверной отчетности; гражданское, таможенное, трудовое, валютное, бюджетное законодательство Российской Федерации; законодательство Российской Федерации в сфере деятельности экономического субъекта; практика применения законодательства Российской Федерации -Судебную практику по вопросам бухгалтерского учета -Международные стандарты финансовой отчетности (в зависимости от сферы деятельности экономического субъекта) -Внутренние организационно-распорядительные документы экономического субъекта -Экономику, организация производства и управления в экономическом субъекте -Методы финансового анализа и финансовых вычислений -Порядок обмена информацией по телекоммуникационным каналам связи -Современные технологии автоматизированной обработки информации -Отечественный и зарубежный опыт в области управления процессом формирования информации в системе бухгалтерского учета -Компьютерные программы для ведения бухгалтерского учета -Правила защиты информации
---	---

<p>ПК-1 Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности</p>	<p>ИД-2.ПК-1 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Определять объем учетных работ, структуру и численность работников бухгалтерской службы, потребность в материально-технических, финансовых и иных ресурсах -Разрабатывать внутренние организационно-распорядительные документы, в том числе стандарты бухгалтерского учета экономического субъекта -Определять (разрабатывать) способы ведения бухгалтерского учета и формировать учетную политику экономического субъекта Оценивать возможные последствия изменений в учетной политике экономического субъекта, в том числе их влияние на его дальнейшую деятельность Разрабатывать формы первичных учетных документов, регистров бухгалтерского учета, формы бухгалтерской (финансовой) отчетности и составлять график документооборота Организовывать делопроизводство в бухгалтерской службе -Планировать объемы и сроки выполнения работ в отчетный период для целей составления бухгалтерской (финансовой) отчетности -Организовывать процесс восстановления бухгалтерского учета -Распределять объем учетных работ между работниками (группами работников) бухгалтерской службы -Планировать сроки, продолжительность и тематику повышения квалификации работников бухгалтерской службы -Контролировать соблюдение сроков и качества выполнения работ по формированию информации в системе бухгалтерского учета -Оценивать существенность информации, раскрываемой в бухгалтерской (финансовой) отчетности -Формировать в соответствии с установленными правилами числовые показатели в отчетах, входящих в состав бухгалтерской (финансовой) отчетности, при централизованном и децентрализованном ведении бухгалтерского учета -Составлять бухгалтерскую (финансовую) отчетность при реорганизации или ликвидации юридического лица -Применять методы финансового анализа информации, содержащейся в бухгалтерской (финансовой) отчетности, устанавливать причинно-следственные связи изменений, произошедших за отчетный период, оценивать потенциальные риски и возможности экономического субъекта в обозримом будущем -Обосновывать принятые экономическим субъектом решения при проведении внутреннего контроля, государственного (муниципального) финансового контроля, внутреннего и внешнего аудита, ревизий, налоговых и иных проверок -Пользоваться компьютерными программами для ведения бухгалтерского учета, информационными и справочно-правовыми системами, оргтехникой
---	--

<p>ПК-1 Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности</p>	<p>ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Организации и планирование процесса формирования информации в системе бухгалтерского учета -Координации и контроль процесса формирования информации в системе бухгалтерского учета -Формирования числовых показателей отчетов, входящих в состав бухгалтерской (финансовой) отчетности -Счетной и логической проверки правильности формирования числовых показателей отчетов, входящих в состав бухгалтерской (финансовой) отчетности -Формирования пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах -Обеспечения ознакомления, согласования и подписания руководителем экономического субъекта бухгалтерской (финансовой) отчетности -Обеспечения представления бухгалтерской (финансовой) отчетности в соответствии с законодательством Российской Федерации -Обеспечения необходимыми документами бухгалтерского учета процессов внутреннего контроля, государственного (муниципального) финансового контроля, внутреннего и внешнего аудита, ревизий, налоговых и иных проверок, подготовка документов о разногласиях по результатам государственного (муниципального) финансового контроля, аудита, ревизий, налоговых и иных проверок -Обеспечения сохранности бухгалтерской (финансовой) отчетности до ее передачи в архив -Организации передачи бухгалтерской (финансовой) отчетности в архив в установленные сроки
<p>аналитический</p>	

<p>ПК-2 Внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности</p>	<p>ИД-1.ПК-2 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Методики внутреннего контроля ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности -Законодательство Российской Федерации о бухгалтерском учете, налогах и сборах, аудиторской деятельности, архивном деле, социальном и медицинском страховании, пенсионном обеспечении; о противодействии коррупции и коммерческому подкупу, легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма; гражданское, таможенное, трудовое, валютное, бюджетное законодательство Российской Федерации; законодательство Российской Федерации в сфере деятельности экономического субъекта; практика применения законодательства Российской Федерации -Судебную практику по спорам, связанным с фактами хозяйственной жизни экономических субъектов, ведением бухгалтерского учета и составлением бухгалтерской (финансовой) отчетности -Порядок составления сводных учетных документов в целях осуществления контроля и упорядочения обработки данных о фактах хозяйственной жизни -Внутренние организационно-распорядительные документы экономического субъекта -Отечественный и зарубежный опыт в сфере организации и осуществления внутреннего контроля ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности -Международные стандарты финансовой отчетности (в зависимости от сферы деятельности экономического субъекта), международные стандарты аудита -Экономику, организации производства и управления в экономическом субъекте -Компьютерные программы для ведения бухгалтерского учета
--	--

<p>ПК-2 Внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности</p>	<p>ИД-2.ПК-2 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта -Разрабатывать внутренние организационно-распорядительные документы, регламентирующие организацию и осуществление внутреннего контроля ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта -Проверять качество составления регистров бухгалтерского учета, бухгалтерской (финансовой) отчетности -Осуществлять непрерывный мониторинг соответствия внутреннего контроля целям деятельности экономического субъекта, разрабатывать мероприятия по его совершенствованию -Выявлять и оценивать риски, способные повлиять на достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, в том числе риски от злоупотреблений, и определять процедуры, направленные на минимизацию этих рисков -Определять и изменять границы контрольной среды экономического субъекта -Распределять полномочия, обязанности и ответственность между работниками за выполнение процедур внутреннего контроля, осуществлять проверку их выполнения -Формировать справочник типовых фактов хозяйственной жизни экономического и использовать его в процессе осуществления внутреннего контроля -Координировать взаимоотношения работников в процессе выполнения ими контрольных процедур с субъектами внутреннего контроля -Проводить оценку состояния и эффективности внутреннего контроля в экономическом субъекте -Составлять отчеты о результатах внутреннего контроля -Пользоваться компьютерными программами для ведения бухгалтерского учета, информационными и справочно-правовыми системами, оргтехникой
	<p>ИД-3.ПК-2 Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Организации и планирования процесса внутреннего контроля ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта -Проверки обоснованности первичных учетных документов, которыми оформлены факты хозяйственной жизни, логическая увязка отдельных показателей; проверки качества ведения регистров бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности -Проверки качества бухгалтерской (финансовой) отчетности обособленных подразделений экономического субъекта (при децентрализованном ведении бухгалтерского учета) -Контроля соблюдения процедур внутреннего контроля ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности -Подготовки и представления отчетов о состоянии внутреннего контроля экономического субъекта, организация их хранения и передачи в архив в установленные сроки

<p>ПК-3 Проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками</p>	<p>ИД-1.ПК-3 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">-Финансовый менеджмент-Методические документы по финансовому анализу, бюджетированию и управлению денежными потоками-Законодательство Российской Федерации о налогах и сборах, бухгалтерском и официальном статистическом учете, архивном деле, социальном и медицинском страховании, пенсионном обеспечении, аудиторской деятельности, гражданское, таможенное, трудовое законодательство Российской Федерации; законодательство Российской Федерации в сфере деятельности экономического субъекта; практика применения законодательства Российской Федерации-Внутренние организационно-распорядительные документы экономического субъекта-Международные стандарты финансовой отчетности (в зависимости от сферы деятельности экономического субъекта), международные стандарты аудита-Экономика и организация производства и управления в экономическом субъекте-Правила защиты информации-Отечественный и зарубежный опыт в сфере финансового анализа, бюджетирования и управления денежными потоками-Компьютерные программы для ведения бухгалтерского учета
--	--

<p>ПК-3 Проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками</p>	<p>ИД-2.ПК-3 Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Определять объем работ по финансовому анализу, потребность в трудовых, финансовых и материально-технических ресурсах Разрабатывать внутренние организационно-распорядительные документы, регламентирующие порядок проведения работ по финансовому анализу -Определять источники информации для проведения анализа финансового состояния экономического субъекта -Планировать программы и сроки проведения финансового анализа экономического субъекта и осуществлять контроль их соблюдения, определять состав и формат аналитических отчетов -Распределять объем работ по проведению финансового анализа между работниками (группами работников) -Проверять качество аналитической информации, полученной в процессе проведения финансового анализа, и выполнять процедуры по ее обобщению -Формировать аналитические отчеты и представлять их заинтересованным пользователям -Координировать взаимодействие работников экономического субъекта в процессе проведения финансового анализа -Оценивать и анализировать финансовый потенциал, ликвидность и платежеспособность, финансовую устойчивость, прибыльность и рентабельность, инвестиционную привлекательность экономического субъекта -Формулировать обоснованные выводы по результатам информации, полученной в процессе проведения финансового анализа экономического субъекта -Применять методы финансового анализа информации, содержащейся в бухгалтерской (финансовой) отчетности; устанавливать причинно-следственные связи изменений, произошедших за отчетный период; оценивать потенциальные риски <p>Вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта</p>
--	--

<p>ПК-3 Проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками</p>	<p>ИД-3.ПК-3 Уметь: -Определять объем работ по бюджетированию и финансовому планированию и потребность в трудовых, финансовых и материально-технических ресурсах</p> <ul style="list-style-type: none"> -Разрабатывать внутренние организационно-распорядительные документы, в том числе регламентирующие порядок проведения работ в системе бюджетирования и управления денежными потоками -Определять финансовые цели экономического субъекта, степень их соответствия текущему финансовому состоянию экономического субъекта, способы достижения целей в долгосрочной и краткосрочной перспективе -Разрабатывать финансовые программы развития экономического субъекта, инвестиционную, кредитную и валютную политику экономического субъекта -Формировать структуру бюджетов денежных средств, а также перспективных, текущих и оперативных финансовых планов -Планировать объемы, последовательность и сроки выполнения работ по составлению бюджетов денежных средств и финансовых планов, контролировать их соблюдение -Координировать взаимодействие работников экономического субъекта в процессе выполнения работ по бюджетированию и управлению денежными потоками -Применять результаты финансового анализа экономического субъекта для целей бюджетирования и управления денежными потоками -Применять методы финансовых вычислений -Составлять прогнозные сметы и бюджеты, платежные календари, кассовые планы, обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта -Определять общую потребность экономического субъекта в финансовых ресурсах -Прогнозировать структуру источников финансирования -Осуществлять проверку качества составления бюджетов денежных средств и финансовых планов -Вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы) -Обеспечивать доведение плановых показателей до непосредственных исполнителей -Обеспечивать передачу документов по бюджетированию и управлению денежными потоками в архив в установленные сроки -Пользоваться компьютерными программами для ведения бухгалтерского учета, информационными и справочно-правовыми системами, оргтехникой
--	---

<p>ПК-3 Проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками</p>	<p>ИД-4.ПК-3 Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Организации работ по финансовому анализу экономического субъекта -Планирования работ по анализу финансового состояния экономического субъекта -Координации и контроль выполнения работ по анализу финансового состояния экономического субъекта -Организации хранения документов по финансовому анализу -Организации бюджетирования и управления денежными потоками в экономическом субъекте -Координации и контроль выполнения работ в процессе бюджетирования и управления денежными потоками в экономическом субъекте -Разработки финансовой политики экономического субъекта, определение и осуществление мер по обеспечению ее финансовой устойчивости -Составления финансовых планов, бюджетов и смет экономического субъекта -Представления финансовых планов, бюджетов и смет руководителю или иному уполномоченному органу управления экономического субъекта для утверждения -Руководства работой по управлению финансами исходя из стратегических целей и перспектив развития экономического субъекта -Осуществления анализа и оценки финансовых рисков, разработка мер по их минимизации -Составления отчетов об исполнении бюджетов денежных средств, финансовых планов и осуществление контроля целевого использования средств, соблюдения финансовой дисциплины и своевременности расчетов -Подготовки предложений для включения в планы продаж продукции (работ, услуг), затрат на производство и подготовка предложений по повышению рентабельности производства, снижению издержек производства и обращения -Организации хранения документов по бюджетированию и движению денежных потоков в экономическом субъекте
--	---

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 5		104					
Тема 1.	Теоретические основы маркетинга (ПК-1, ПК-2, ПК-3)	16	2		2	12	
Тема 2.	Маркетинговые исследования (ПК-1, ПК-2, ПК-3)	15	1		2	12	
Тема 3.	Основные направления комплексного исследования рынка (ПК-1, ПК-2, ПК-3)	24	2		2	20	
Тема 4.	Комплекс маркетинга (ПК-1, ПК-2, ПК-3)	36	2		4	30	
Тема 5.	Организация и управление маркетингом (ПК-1, ПК-2, ПК-3)	13	1		2	10	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1. Теоретические основы маркетинга	Анализ определения маркетинга. Задание- Динамика потребностей. Кейс "Концепции маркетинга". Приложение 4	Выполняется в подгруппах. Каждая подгруппа рассматривает 20 определений. Понимание вопроса, аргументированность ответа, авторская позиция.	20 баллов 10 баллов 10 баллов Итого: 40 баллов
Тема 2. Маркетинговые исследования	Задание - анализ макро-, микро-среды и комплекса маркетинга. Кейс "Маркетинговая среда" Приложение 4	Понимание вопроса, аргументированность ответа, авторская позиция	10 баллов 10 баллов
Тема 3. Основные направления комплексного исследования рынка	Расчетные задачи Приложение 4	Правильность решения.	10 баллов
Тема 4. Комплекс маркетинга Тема 5. Организация и управление маркетингом	Деловая игра "Создание фирмы" Приложение 4	Оригинальность и новизна идеи. Понимание вопроса, аргументированность ответа, авторская позиция. Способность принятия самостоятельных маркетинговых решений в условиях неполной информации и прогнозировать последствия их применения.	30 баллов
Промежуточная аттестация(Приложение 5)			
5 семестр (За)	Тест	25 вопросов	50%-100%

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Теоретические основы маркетинга (ПК-1, ПК-2, ПК-3) Понятие, сущность и содержание маркетинга. Этапы развития маркетинга. Эволюция концепций управления маркетингом. Современные тенденции в маркетинге. Виды спроса и маркетинга. Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.</p>
<p>Тема 2. Маркетинговые исследования (ПК-1, ПК-2, ПК-3) Понятие и значение маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинга. Структура и содержание основных этапов маркетингового исследования. Методологические аспекты маркетинговых исследований. Количественные и качественные методы исследования. Виды маркетинговой информации, их достоинства и недостатки. Маркетинговый инструментарий. Виды и способы сбора маркетинговой информации. Источники информации для проведения анализа финансового состояния экономического субъекта.</p>
<p>Тема 3. Основные направления комплексного исследования рынка (ПК-1, ПК-2, ПК-3) Понятие и классификация товарных рынков. Конъюнктура рынка, конъюнктурообразующие факторы и показатели. Сущность и значение сегментирования рынка. Общие и специфические критерии сегментирования. Оценка привлекательности сегмента, выбор целевого сегмента. Позиционирование. Методы управления поведением потребителей. Маркетинговые инструменты исследования конкурентной ситуации. Модели рынка и особенности поведения фирмы при различных моделях. Методы оценки конкурентоспособности предприятия. Бенчмаркинг. Факторы окружающей среды маркетинга.</p>
<p>Тема 4. Комплекс маркетинга (ПК-1, ПК-2, ПК-3) Товарная политика в системе маркетинга Понятие и сущность товара в маркетинге. Основные способы классификации товаров в маркетинге. Мультиатрибутивная модель товара. Концепция и характеристика основных этапов жизненного цикла товара. Новый товар в маркетинге. Инструменты товарной политики. Показатели и методы оценки конкурентоспособности товара. Ценообразование в системе маркетинга. Понятие, сущность и значение цены в маркетинге. Виды цен. Структура процесса ценообразования. Методы установления цен с учётом спроса, с ориентацией на затраты и конкурентов. Стратегии ценообразования. Способы дифференциации цен. Ассортиментное ценообразование. Реакция рынка на изменение цен. Распределительная политика в системе маркетинга Понятие распределения. Функции, задачи и структура системы распределения. Виды каналов распределения. Прямой и косвенный сбыт. Способы оценки эффективности канала распределения. Вертикальная маркетинговая система. Виды и методы оптовой и розничной торговли. Коммуникационная политика в системе маркетинга Понятие и виды маркетинговых коммуникаций. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций: цель, понятие, функции, виды, средства распространения. Структура и содержание основных разделов плана рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламной кампании. Инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках. Основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций.</p>
<p>Тема 5. Организация и управление маркетингом (ПК-1, ПК-2, ПК-3) Принципы организации маркетинга на предприятии. Особенности организационных структур службы маркетинга. Функции и задачи службы маркетинга. Значение, структура и содержание основных разделов стратегического плана маркетинга. Стратегии маркетинга. Оценка маркетинговых возможностей предприятия. Бюджет маркетинга. Портфолио-анализ.</p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Теоретические основы маркетинга (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность, основные понятия, концепции маркетинга. 2. Методы, функции, цель, принципы маркетинга 3. Типы маркетинга 4. Кейс
<p>Тема 2. Маркетинговые исследования (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговая среда предприятия. Анализ и прогнозирование внешней и внутренней среды корпорации 2. Сущность и этапы маркетинговых исследований 3. Требования к составлению опросного листа (анкеты) 4. Источники информации для проведения анализа финансового состояния экономического субъекта. 5. Кейс
<p>Тема 3. Основные направления комплексного исследования рынка (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристики потребительских и организационных рынков 2. Методы анализа рынков 3. Поведение потребителя в маркетинге 4. Сегментация рынка и позиционирования товара 5. Кейс
<p>Тема 4. Комплекс маркетинга (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Товар и товарная политика в маркетинге 2. Цена и ценовая политика в маркетинге. 3. Сбытовая система и организация товародвижения 4. Коммуникация политика в маркетинге. Особенности продвижения товаров на внешних рынках.
<p>Тема 5. Организация и управление маркетингом (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организации маркетинга на предприятии. 2. Виды маркетинговых стратегий

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 2. Маркетинговые исследования (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <p>Исследование рынка конкретного товара (услуги) города Екатеринбург (Свердловской области)</p>
<p>Тема 3. Основные направления комплексного исследования рынка (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <p>Проводить сегментацию конкретного рынка</p>
<p>Тема 4. Комплекс маркетинга (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <p>Деловая игра: «Проект программы маркетинга нового продукта»</p> <p>В ходе деловой игры студенты делятся на группы и методом мозгового штурма разрабатывают основные элементы комплекса маркетинга принципиально нового продукта (товара или услуги): товарную, ценовую, распределительную и коммуникационную политику. Подготавливают презентацию и защищают свой проект.</p>
<p>Тема 5. Организация и управление маркетингом (ПК-1, ПК-2, ПК-3)</p> <p>Организация и управление маркетингом на примере конкретных предприятий.</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1.

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2.

7.3.3. Перечень курсовых работ
Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Размещение работы не предусмотрено

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ
<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

2. Григорьев М. Н. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 478 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/559733>

3. Синяева И. М., Жильцова О. Н. Маркетинг [Электронный ресурс]:учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 487 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/559758>

4. Реброва Н. П. Маркетинг [Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 277 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560155>

Дополнительная литература:

2. Голубков Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Электронный ресурс]:учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - Москва: Юрайт, 2022. - 474 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/507921>

3. Карпова С. В., Захаренко И. К., Касаев Б. С., Козлова Н. П., Рожков И. В., Жильцова О. Н., Фирсова И. А., Фирсов Ю. И., Сальникова Л. С. Маркетинг. Практический курс [Электронный ресурс]:учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 221 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560028>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. История возникновения и развития маркетинга. Эволюция концепции маркетинга.
2. Понятие, сущность и основные категории маркетинга.
3. Концепции управления маркетингом.
4. Цель, задачи, принципы и функции маркетинга.
5. Понятие, значение, методы проведения маркетинговых исследований. Первичная и вторичная информация.
6. Понятие и сущность товарного рынка. Классификация товарных рынков.
7. Значение и методы сегментирования рынка. Выбор целевого сегмента и позиционирование.
8. Моделирование покупательского поведения,
9. Анализ деятельности конкурентов. Модели рынка.
10. Окружающая среда маркетинга.
11. Понятие и сущность товара в маркетинге. Классификация товаров. Оценка конкурентоспособности.
12. Концепция и характеристика этапов «жизненного цикла» товара.
13. Понятие нового товара. Организация разработки нового товара.
14. Инструменты товарной политики.
15. Понятие и значение цены в маркетинге. Классификация и виды цен.
16. Понятие и структура процесса ценообразования. Внешние факторы и цели ценообразования.
17. Методы установления базовой цены. Стратегии ценообразования.
18. Способы дифференцирования цены. Рыночное страхование цены (значение и способы).
19. Понятие, виды и типы каналов распределения. Вертикальная маркетинговая система.
20. Методы сбыта товаров. Критерии выбора торгового посредника. Способы работы с торговым посредником.
21. Значение и виды торговых посредников.
22. Оптимизация издержек на товародвижение. Виды и функции оптовой торговли.
23. Понятие, цель и задачи рекламы. Виды и функции рекламы.
24. Основные средства распространения рекламы, их достоинства и недостатки.
25. Структура плана рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламной кампании.
26. Основные способы стимулирования сбыта. Организация системы «паблик рилейшнз». Имидж фирмы.
27. Способы организации маркетинга на предприятии. Значение маркетинга в деятельности предприятий.
28. Структура стратегического плана маркетинга.
29. Виды маркетинговых стратегий.
30. Методы выбора стратегии. Портфолио-анализ.
31. Виды и функции розничной торговли. Прямой маркетинг.

Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету

ПК- 1, ПК-2, ПК-3

Вопросы открытого типа

Задание 1.

Впишите в соответствующие столбцы таблицы характеристики, отражающие состояние товарной единицы:

1. монтаж
2. упаковка
3. основная выгода
4. послепродажное обслуживание
5. марочное название
6. внешнее оформление
7. поставки и кредитование
8. гарантия
9. свойства
10. качество

Товар по замыслу	Товар в реальном исполнении	Товар с подкреплением

Задание 2.

Правильно заполнить матрицу маркетинговых решений по товарам и рынкам.

Рынок	Товары существующие	Товары новые
Рынки существующие	1	3
Рынки новые	2	4

Возможные маркетинговые решения по товарам и рынкам:

- ~ Проникновения на рынок
- ~ Диверсификации
- ~ Расширение рынка
- ~ Развитие товара

Задание 3.

Перечислите составные части двухуровневого канала товародвижения

Задание 4.

Определите отпускную цену на новую овощерезательную машину предназначенную для замены ранее освоенной, имеющей цену 300 ден. ед. Главным техническим параметром является производительность (кг/час) при нарезке картофеля на брусочки, равная у новой машины 500, а у старой – 400

Задание 5. Назовите уровни «мультиатрибутивной модели» товара

Вопросы закрытого типа

1. Практикой установления на вновь изобретенный товар максимально высокой цены называется:

- а) стратегия проникновения на рынок;
- б) стратегия «снятия сливок»;
- в) стратегия следования за лидером
- г) стратегия дифференцированных цен.

2. Товарная марка предназначена для того, чтобы:

- а) компенсировать недостающее товару качество;
- б) обосновать перед потребителем более высокую цену на товар;
- в) дифференцировать товар на рынке среди ему подобных;
- г) рекламировать товар.

3. Обеспечение товару конкурентного положения на рынке и разработка детального комплекса маркетинга - это

- а) организация сбыта;
- б) продвижение товара на рынок;
- в) позиционирование товара на рынке;
- г) сегментация.

4. Схема одноуровневого маркетингового канала:

- а) производитель – потребитель;
- б) производитель – розничный торговец — потребитель;
- в) производитель – оптовый торговец – розничный торговец - потребитель;
- г) производитель - оптовый торговец – мелкооптовый торговец – розничный торговец – потребитель.

5. Рынок покупателя характеризует состояние, когда:

- а) спрос превышает предложение;
- б) предложение превышает спрос;
- в) спрос равен предложению;
- г) правильного ответа нет.