


АНО ВО «МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 Н. А. Михайличенко
«22» июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ И АУДИТ»
Б1.В.ОД.13**

Направление подготовки – 38.04.02 «Менеджмент»

Программа подготовки – «Аналитический маркетинг»

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Кафедра статистики, маркетинга и бухгалтерского учета

Москва 2020

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговый анализ и аудит» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа «Аналитический маркетинг» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Автор: Симакина М.А. к.э.н., доцент кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Эксперты: Башина О.Э., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой статистики, маркетинга и бухгалтерского учета АНО ВО «Московский гуманитарный университет»

Миронова Н.Н., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики и управления на предприятии АНО ВО «Национальный институт бизнес»

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета
«18» мая 2020 г., протокол № 10.

ОДОБРЕНО

Методической комиссией факультета экономики, управления и международных отношений
« 10 » июня 2020 г., протокол № 4.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинговый анализ и аудит» является формирование у обучающихся комплексного представления о маркетинговом анализе и аудите, в процессе управления маркетинговой деятельностью.

Основными задачами дисциплины являются:

представление обучающимся целостной картины маркетингового аудита и процедур маркетингового анализа, основанных на применении математических методов;

развитие навыков использования маркетингового анализа, основанных на применении математических методов, в процессах маркетингового аудита;

приобретение умений использовать полученные знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Маркетинговый анализ и аудит» относится к обязательным дисциплинам вариативной части магистерской программы «Аналитический маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Маркетинговый анализ и аудит» изучается на основе следующих дисциплин: «Маркетинговые информационные системы», «Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг».

Дисциплина «Маркетинговые стратегии и аудит» тесно взаимосвязана с изучением следующих дисциплин: «Современные методы социологических исследований», «Эконометрика (продвинутый уровень)», «Статистический анализ развития отраслей», «Big-Data (Аналитика больших массивов данных)», «Маркетинговые метрики», «Современный стратегический анализ», «Стратегии брендинга и бренд-менеджмента», «Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами», «Управленческая экономика», «Методы исследований в менеджменте», «Корпоративные финансы», «Экономические основы маркетинговых решений».

В результате изучения курса обучающийся должен знать:

содержание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита;

подходы к количественным и качественным методам для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части: определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ; анализа потребительской удовлетворённости товаром; анализа эффективности функционирования рыночного сегмента.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Маркетинговый анализ и аудит», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.04.02

«Менеджмент» программы «Аналитический маркетинг».

Процесс изучения дисциплины «Маркетинговый анализ и аудит» направлен на формирование следующих профессиональных компетенций:

ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;

ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

содержание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита;

подходы к количественным и качественным методам для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части: определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ; анализа потребительской удовлетворённости товаром; анализа эффективности функционирования рыночного сегмента.

Уметь:

применять теоретические и эмпирические методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита;

применять количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части: определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ; анализа потребительской удовлетворённости товаром; анализа эффективности функционирования рыночного сегмента.

Владеть:

методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита;

технологией применения количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части: определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ; анализа потребительской удовлетворённости товаром; анализа эффективности функционирования рыночного сегмента.

4. Структура и содержание дисциплины Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.1. Структура дисциплины

4.1.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам
		4
		час.
Аудиторные занятия (всего)	40	40
Занятия лекционного типа	8	8
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	32	32
Самостоятельная работа (всего)	67,75	67,75
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Вид промежуточной аттестации		<i>Зачёт с оценкой</i>

4.1.2 Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам
		2
		час.
Аудиторные занятия (всего)	12	12
Занятия лекционного типа	2	2
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	10	10
Самостоятельная работа (всего)	95,75	95,75
Промежуточная аттестация	0,25	0,25
Вид промежуточной аттестации		<i>Зачёт с оценкой</i>

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

4.2.1 Очная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа студента	
			Всего	в том числе			
				Лекции (все-го/интеракт.)	Практич. занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема 1. Понятие и сущ-	27	10	2	8	17	ПК-5

	ность маркетингового аудита						
2	Тема 2. Мультиатрибутивная модель товара	27	10	2	8	17	ПК-4
3	Тема 3. Анализ потребительской удовлетворённости товаром	27	10	2	8	17	ПК-4
4	Тема 4. Оценка эффективности функционирования рыночного сегмента	26,75	10	2	8	16,75	ПК-4
	Промежуточная аттестация	0,25					
	Итого	108	40	8	32	67,75	

4.2.2 Заочная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа студента	
			Всего	в том числе			
				Лекции (все-го/интеракт.)	Практич. занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема 1. Понятие и сущность маркетингового аудита	27	3	1	2	24	ПК-5
2	Тема 2. Мультиатрибутивная модель товара	27	3	1	2	24	ПК-4
3	Тема 3. Анализ потребительской удовлетворённости товаром	27	3		3	24	ПК-4
4	Тема 4. Оценка эффективности функционирования рыночного сегмента	26,75	3		3	23,75	ПК-4
	Промежуточная аттестация	0,25					
	Итого	108	12	2	10	95,75	

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность маркетингового аудита

Определение маркетингового аудита. Технология проведения аудита. Методы аудита внешней среды маркетинга. Методы аудита внутренней среды маркетинга компании.

Тема 2. Мультиатрибутивная модель товара

Компоненты мультиатрибутивной модели товара. Определение полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ. Определение полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ. Определение полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ.

Тема 3. Анализ потребительской удовлетворённости товаром

Оценка единичной полезности идеального товара при разных способах оценки получаемых благ. Оценка потребительской удовлетворённости товара при разных способах оценки потребительских благ. Разложение неудовлетворенной потребительской полезности по факторам. Определение направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром.

Тема 4. Оценка эффективности функционирования рыночного сегмента

Моделирование процесса закупки товаров на рынке. Идентификация состояния сегмента рынка. Оценка степени удовлетворения покупательского спроса. Определение направлений повышения эффективности функционирования рыночного сегмента.

Содержание семинарских занятий

Семинар 1.1. Определение маркетингового аудита

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.1; проверка и обсуждение в форме дискуссий содержания рефератов и эссе по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.1.

Задания обучающимся для самостоятельной работы – изучение теоретического материала раздела 1; ответы на вопросы из раздела 5.3.1; написание рефератов и эссе, раскрывающих смысл темы по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.1; подготовка к защите тем рефератов и эссе.

Семинар 1.2. Технология проведения аудита

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.2; проверка и обсуждение в форме дискуссий содержания рефератов и эссе по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.2.

Задания обучающимся для самостоятельной работы – изучение теоретического материала раздела 1; ответы на вопросы из раздела 5.3.2; написание

рефератов и эссе, раскрывающих смысл темы по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.2; подготовка к защите тем рефератов и эссе.

Семинар 1.3. Методы аудита внешней среды маркетинга

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.3; проверка и обсуждение в форме дискуссий содержания рефератов и эссе по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.3.

Задания обучающимся для самостоятельной работы – изучение теоретического материала раздела 1; ответы на вопросы из раздела 5.3.3; написание рефератов и эссе, раскрывающих смысл темы по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.3; подготовка к защите тем рефератов и эссе.

Семинар 1.4. Методы аудита внутренней среды маркетинга компании

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.4; проверка и обсуждение в форме дискуссий содержания рефератов и эссе по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.4.

Задания обучающимся для самостоятельной работы – изучение теоретического материала раздела 1; ответы на вопросы из раздела 5.3.4; написание рефератов и эссе, раскрывающих смысл темы по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.4; подготовка к защите тем рефератов и эссе.

Семинар 2.1. Компоненты мультиатрибутивной модели товара

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.5; проверка и обсуждение в форме дискуссий содержания рефератов и эссе по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.5.

Задания обучающимся для самостоятельной работы – изучение теоретического материала раздела 2; ответы на вопросы из раздела 5.3.5; написание рефератов и эссе, раскрывающих смысл темы по выбранным направлениям, сформулированным в разделе 5.3.5; подготовка к защите тем рефератов и эссе.

Семинар 2.2. Определение полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.6; групповое обсуждение этапов расчета единичной полезности товара при компенсационной оценке полезности товара для иерархической и линейной мультиатрибутивной модели; моделирование в среде «Excel» проблемной ситуации, обозначенной в разделе 5.3.6.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 2; ответы на вопросы из раздела 5.3.5; подготовка к обсуждению этапов расчета единичной полезности товара при компенсационной оценке полезности товара для иерархической и линейной мультиатрибутивной

модели; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемной ситуации, обозначенной в разделе 5.3.6.

Семинар 2.3. Определение полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.7; групповое обсуждение этапов расчета единичной полезности товара при не компенсационной оценке полезности товара для иерархической и линейной мультиатрибутивной модели; моделирование в среде «Excel» проблемной ситуации, обозначенной в разделе 5.3.7.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 2; ответы на вопросы из раздела 5.3.7; подготовка к обсуждению этапов расчета единичной полезности товара при не компенсационной оценке полезности товара для иерархической и линейной мультиатрибутивной модели; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемной ситуации, обозначенной в разделе 5.3.7.

Семинар 2.4. Определение полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.8; групповое обсуждение этапов расчета единичной полезности товара при смешанной оценке полезности товара для иерархической и линейной мультиатрибутивной модели; моделирование в среде «Excel» проблемной ситуации, обозначенной в разделе 5.3.8.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 2; ответы на вопросы из раздела 5.3.8; подготовка к обсуждению этапов расчета единичной полезности товара при смешанной оценке полезности товара для иерархической и линейной мультиатрибутивной модели; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемной ситуации, обозначенной в разделе 5.3.8.

Семинар 3.1. Оценка единичной полезности идеального товара при разных способах оценки получаемых благ

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.9; групповое обсуждение процедур расчета идеальной полезности товара при разных способах оценки получаемых благ; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе 5.3.9.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 3; ответы на вопросы из раздела 5.3.9; подготовка к обсуждению этапов расчета идеальной полезности товара при разных способах оценки получаемых благ; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.9.

Семинар 3.2. Оценка потребительской удовлетворённости товара при разных способах оценки потребительских благ

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.10; групповое обсуждение процедур расчета потребительской удовлетворённости товара при разных способах оценки получаемых благ; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе 5.3.10.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 3; ответы на вопросы из раздела 5.3.10; подготовка к обсуждению этапов расчета потребительской удовлетворённости товара при разных способах оценки получаемых благ; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.10.

Семинар 3.3. Разложение неудовлетворенной потребительской полезности по факторам

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.11; групповое обсуждение процедур разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при разных способах оценки получаемых благ; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе 5.3.11.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 3; ответы на вопросы из раздела 5.3.11; подготовка к обсуждению процедур разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при разных способах оценки получаемых благ; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.11.

Семинар 3.4. Определение направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.12; групповое обсуждение процедур определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при разных способах оценки получаемых благ; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе 5.3.12.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 3; ответы на вопросы из раздела 5.3.12; подготовка к обсуждению процедур определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при разных способах оценки получаемых благ; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.12.

Семинар 4.1. Моделирование процесса закупки товаров на рынке

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.13; групповое обсуждение процедур моделирования процесса закупки товаров на рынке при разных способах оценки получаемых благ; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе

5.3.13.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 4; ответы на вопросы из раздела 5.3.13; подготовка к обсуждению процедур определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при разных способах оценки получаемых благ; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.13.

Семинар 4.2. Идентификация состояния сегмента рынка

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.14; групповое обсуждение процедур идентификации состояния сегмента рынка; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе 5.3.14.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 4; ответы на вопросы из раздела 5.3.14; подготовка к обсуждению процедур идентификации состояния сегмента рынка; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.14.

Семинар 4.3. Оценка степени удовлетворения покупательского спроса

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.15; групповое обсуждение процедур оценки степени удовлетворения покупательского спроса; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе 5.3.15.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 4; ответы на вопросы из раздела 5.3.15; подготовка к обсуждению процедур оценки степени удовлетворения покупательского спроса; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.15.

Семинар 4.4. Определение направлений повышения эффективности функционирования рыночного сегмента

Используемые методы обучения - групповое обсуждение ответов на вопросы из раздела 5.3.16; групповое обсуждение процедур определения направлений повышения эффективности функционирования рыночного сегмента; моделирование в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенных в разделе 5.3.16.

Задания студентам для самостоятельной работы – изучение теоретического материала темы 4; ответы на вопросы из раздела 5.3.16; подготовка к обсуждению процедур определения направлений повышения эффективности функционирования рыночного сегмента; подготовка исходных данных для моделирования в среде «Excel» проблемных ситуаций, обозначенной в разделе 5.3.16.

5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно- методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенции, закрепленные за дисциплиной

ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.

Компетенция формируется в ходе изучения следующих дисциплин:

Методы исследований в менеджменте

Маркетинг-менеджмент

Современные методы социологических исследований

Статистические методы в научных исследованиях

Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов

Маркетинговые факторы результативности бизнеса

Эконометрика (продвинутый уровень)

Маркетинговый анализ и аудит

Статистический анализ развития отраслей

Управление общественными отношениями

Электронная коммерция в информационной экономике

CRM-системы и решения

Маркетинговые метрики

Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами

ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

Компетенция формируется в ходе изучения следующих дисциплин:

Современный стратегический анализ

Корпоративные финансы (продвинутый уровень)

Экономические основы маркетинговых решений

Создание и выведение на рынок новых товаров и услуг

Поведение потребителей в современной экономике

Управленческая экономика

Эконометрика (продвинутый уровень)

Маркетинговый анализ и аудит

Big-Data (Аналитика больших массивов данных)

Персональный маркетинг

Маркетинговые метрики

Маркетинговые стратегии и маркетинговый анализ в управлении проектами

Схема фонда оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, отражающая этапы формирования компетенций, проводимой в форме экзамена

№ п/п	Раздел рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочное средство (№ тестового задания** или № экз. вопроса, или № др. вида оценочного материала)
1	Тема 1. Понятие и сущность маркетингового аудита	часть компетенции ПК-5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита	Контрольные задания из разделов 5.3.1 – 5.3.4 Вопросы промежуточной аттестации 1 - 30
2	Тема 2. Мультиатрибутивная модель товара	часть компетенции ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ	Контрольные задания из разделов 5.3.5 – 5.3.8 Вопросы промежуточной аттестации 31 - 35
3	Тема 3. Анализ потребительской удовлетворённости товаром	часть компетенции ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром	Контрольные задания из разделов 5.3.9 – 5.3.12 Вопросы промежуточной аттестации 36 –т 61
4	Тема 4. Оценка эффективности функционирования рыночного сегмента	часть компетенции ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результа-	Контрольные задания из разделов 5.3.13 – 5.3.16 Вопросы промежуточной аттестации 61 - 74

№ п/п	Раздел рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочное средство (№ тестового задания** или № экз. вопроса, или № др. вида оценочного материала)
		там их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента	

5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Структурный элемент компетенции	Уровень освоения компетенций		
	Пороговый уровень	Средний уровень	Высокий уровень
часть компетенции ПК-5			
владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита			
Знать	Основное содержание методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита	Особенности методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита	Принципы формирования и развития методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита
Уметь	Ориентироваться в методах экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита	Применять теоретические и эмпирические методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации	Обосновывать выбор методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур марке-

	аудита	процедур маркетингового аудита	тингового аудита
Владеть	Основными методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита	Устойчивыми навыками применения методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита	Навыком самостоятельного применения методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита
Оценка	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
часть компетенции ПК-4			
способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ			
Знать	Основные подходы к количественным и качественным методам для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ	Особенности количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ	Принципы формирования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ
Уметь	Ориентироваться в подходах к количественным и качественным методам	Применять количественные и качественные методы для проведения	Обосновать выбор количественных и качественных методов для прове-

	для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ	прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ	дения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ
Владеть	Основной технологией применения количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ	Устойчивыми навыками применения количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ	Навыком самостоятельного применения количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части определения полезности товара при разных способах оценки потребительских благ
Оценка	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
часть компетенции ПК-4			
способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром			
Знать	Основные подходы к количественным и качественным методам для проведения прикладных исследований и управле-	Особенности количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управ-	Принципы формирования количественных и качественных методов для проведения прикладных ис-

	<p>ния бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>	<p>ления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>	<p>следований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>
Уметь	<p>Ориентироваться в подходах к количественным и качественным методам для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>	<p>Применять количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>	<p>Обосновать выбор количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>
Владеть	<p>Основной технологией применения количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>	<p>Устойчивыми навыками применения количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>	<p>Навыком самостоятельного применения количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа потребительской удовлетворённости товаром</p>

Оценка	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
часть компетенции ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента			
Знать	Основные подходы к количественным и качественным методам для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента	Особенности количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента	Принципы формирования количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента
Уметь	Ориентироваться в подходах к количественным и качественным методам для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента	Применять количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента	Обосновать выбор количественных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента
	Основной технологией применения количественных и	Устойчивыми навыками применения количе-	Навыком самостоятельного применения количе-

Владеть	качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента	ственных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента	ственных и качественных методов для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, подготовки аналитических материалов по результатам их применения в части анализа эффективности функционирования рыночного сегмента
Оценка	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

5.3. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по данной дисциплине

5.3.1. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 1.1 «Определение маркетингового аудита»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-5 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Сформулируйте определение маркетингового аудита по Ф. Котлеру.
2. Сформулируйте определение маркетингового аудита по О. Уилсону.
3. Сформулируйте определение маркетингового аудита по Е. П. Голубкову.
4. Охарактеризуйте процесс проведения маркетингового аудита.
5. Назовите инструменты маркетингового аудита.
6. Сформулируйте назначение аудита.
7. Назовите недостаток в определении назначения аудита.

Оценка приобретённых умений происходит в ходе проверки и обсуждения рефератов по темам:

1. Анализ сущности различных определений маркетингового аудита.

2. Опишите теоретические недостатки в современных трактовках маркетингового аудита.

Оценка приобретенных навыков происходит в ходе проверки и обсуждения эссе по темам:

1. Опишите состав структурированных анкет для сбора конкретной информации из внешних источников.

2. Опишите структуру контрольных списков для сбора данных о маркетинговых операциях компании.

5.3.2. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 1.2 «Технология проведения аудита»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

– оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-5 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита,

– контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Каковы основные компоненты эффективной системы маркетингового аудита в компании.

2. Назовите основные документы, разрабатываемые по итогам маркетингового аудита.

3. Назовите ключевые правила при проведении внутреннего аудита.

4. Охарактеризуйте содержательный процесс комплексного аудита системы маркетинга.

5. Охарактеризуйте подходы к сбору информации при проведении маркетингового аудита.

6. Перечислите этапы проведения маркетингового аудита.

Оценка приобретённых умений происходит в ходе проверки и обсуждения рефератов по темам:

1. Компоненты системы маркетингового аудита.

2. Сущность этапов проведения маркетингового аудита.

Оценка приобретенных навыков происходит в ходе проверки и обсуждения эссе по темам:

1. Опишите компоненты реальной системы маркетингового аудита.

2. Предложите этапы проведения реального маркетингового аудита.

5.3.3. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 1.3 «Методы аудита внешней среды маркетинга»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-5 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Перечислите и охарактеризуйте виды маркетинговых сред.
2. Охарактеризуйте основные факторы макросреды и микросреды, раскройте их возможное влияние при аудите маркетинга.
3. Охарактеризуйте сущность PEST анализа.
4. Охарактеризуйте сущность пятифакторной модели конкуренции Портера.
5. Назначение и сущность сегментирования рынка.

Оценка приобретённых умений происходит в ходе проверки и обсуждения рефератов по темам:

1. Сформулируйте основные задачи аудита макросреды организации.
2. Сформулируйте основные задачи аудита микросреды организации.

Оценка приобретенных навыков происходит в ходе проверки и обсуждения эссе по темам:

1. Сформулируйте основные задачи аудита макросреды конкретной организации.
2. Сформулируйте основные задачи аудита микросреды конкретной организации.

5.3.4. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 1.4 «Методы аудита внутренней среды маркетинга компании»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-5 – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде в части организации процедур маркетингового аудита,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте особенности аудита внутренней среды маркетинга в компании.
2. Охарактеризуйте метод ключевых вопросов.
3. Охарактеризуйте методы портфельного анализа.
4. Опишите основные модели оценки качества клиентского обслуживания.
5. Сущность метода SNW – анализа.

6. Сущность аудита маркетинговых коммуникаций компании.

Оценка приобретённых умений происходит в ходе проверки и обсуждения рефератов по темам:

1. Сформулируйте основные задачи аудита внутренней среды организации.
2. Опишите технологию матричного анализа с применением матрицы БКГ.
3. Опишите технологию матричного анализа с применением матрицы Мак-Кинзи.

Оценка приобретенных навыков происходит в ходе проверки и обсуждения эссе по темам:

1. Сформулируйте основные задачи аудита внутренней среды конкретной организации.
2. Технология матричного анализа с применением матрицы БКГ на примере конкретной фирмы.
3. Технология матричного анализа с применением матрицы Мак-Кинзи на примере конкретной фирмы.

5.3.5. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 2.1 «Компоненты мультиатрибутивной модели товара»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части идентификации компонент мультиатрибутивной модели товара,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Что означает термин «атрибут»?
2. Что формирует атрибуты нижнего уровня?
3. Что собой представляет структура атрибутов?
4. Опишите особенности иерархической структуры атрибутов.
5. Опишите особенности линейной структуры атрибутов.
6. Охарактеризуйте состав микроатрибута.
7. Охарактеризуйте состав макроатрибута.
8. Что характеризует значимость атрибута?
9. Охарактеризуйте компенсационный метод оценки получаемых благ.
10. Охарактеризуйте не компенсационный метод оценки получаемых благ.
11. Опишите состав мультиатрибутивной модели товара.

Оценка приобретённых умений происходит в ходе проверки и обсуждения рефератов по темам:

1. Опишите возможные виды структур атрибутов модели.
2. Опишите систему весовых коэффициентов, отражающих приоритеты потребителя, для различных структур атрибутов модели.

Оценка приобретенных навыков происходит в ходе проверки и обсуждения эссе по темам:

1. Опишите иерархическую мультиатрибутивную модель конкретного товара.
2. Опишите линейную мультиатрибутивную модель конкретного товара.

5.3.6. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 2.2 «Определение полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части определения полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте подход, используемый для оценки единичной полезности товара.
2. Охарактеризуйте сущность единичного параметрического показателя близости.
3. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.
4. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

Описание проблемной ситуации

Требуется произвести оценку единичной полезности товара при следующих условиях:

- покупатель оценивает товар по компенсационной схеме;
- для оценки единичной полезности товара применяется иерархическая мультиатрибутивная модель;
- для оценки единичной полезности товара применяется линейная мультиатрибутивная модель товара.

Контроль полученных знаний производится по результатам обсуждения этапов расчета единичной полезности товара при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «EXEL» рассматриваемой проблемной ситуации.

5.3.7. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 2.3 «Определение полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части определения полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.
2. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

Описание проблемной ситуации

Требуется произвести оценку единичной полезности товара при следующих условиях:

- покупатель оценивает товар по не компенсационной схеме;
- для оценки единичной полезности товара применяется иерархическая мультиатрибутивная модель;
- для оценки единичной полезности товара применяется линейная мультиатрибутивная модель товара.

Контроль полученных знаний производится по результатам обсуждения этапов расчета единичной полезности товара при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемой проблемной ситуации.

5.3.8. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 2.4 «Определение полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения

прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части определения полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ,

- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

2. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

Описание проблемной ситуации

Требуется произвести оценку единичной полезности товара при следующих условиях:

- покупатель оценивает товар по смешанной схеме;
- для оценки единичной полезности товара применяется иерархическая мультиатрибутивная модель;
- для оценки единичной полезности товара применяется линейная мультиатрибутивная модель товара.

Контроль полученных знаний производится по результатам обсуждения этапов расчета единичной полезности товара при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемой проблемной ситуации.

5.3.9. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 3.1 «Оценка единичной полезности идеального товара при разных способах оценки получаемых благ»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

– оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части оценки единичной полезности идеального товара,

- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте особенности расчёта единичной полезности идеального товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

2. Охарактеризуйте особенности расчёта единичной полезности идеального товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

3. Охарактеризуйте особенности расчёта единичной полезности идеального товара для не компенсационного способа оценки получаемых благ.

4. Охарактеризуйте особенности расчёта единичной полезности идеального товара при смешанном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

5. Охарактеризуйте особенности расчёта единичной полезности идеального товара при смешанном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести оценку идеальной единичной полезности товара для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по смешанной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Контроль полученных знаний производится по результатам обсуждения этапов расчета единичной полезности идеального товара при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.10. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 3.2 «Оценка потребительской удовлетворённости товара при разных способах оценки потребительских благ»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части оценки потребительской удовлетворённости товара при разных способах оценки потребительских благ,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

2. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

3. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара для не компенсационного способа оценки получаемых благ.

4. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при смешанном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

5. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при смешанном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести оценку потребительской удовлетворённости товара для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по смешанной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Контроль полученных знаний производится по результатам обсуждения этапов расчета оценки потребительской удовлетворённости товара при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.11. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 3.3 «Разложение неудовлетворенной потребительской полезности по факторам»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

– оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при разных способах оценки потребительских благ,

– контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при компенсационном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

2. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

3. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам для не компенсационного способа оценки получаемых благ.

4. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при смешанном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

5. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при смешанном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести разложение неудовлетворенной потребительской полезности по факторам для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по смешанной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Контроль полученных знаний производится по результатам обсуждения этапов разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.12. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 3.4 «Определение направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при компенсационном способе

оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

2. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

3. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром для не компенсационного способа оценки получаемых благ.

4. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при смешанном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

5. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при смешанном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести разложение неудовлетворенной потребительской полезности по факторам для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по смешанной схеме на основе линейной мультиатрибутивной модели.

Контроль полученных знаний производится по результатам обсуждения определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.13. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 4.1 «Моделирование процесса закупки товаров на рынке»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

– оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части моделирования процесса закупки товаров на рынке,

– контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте условия закупки, соответствующие мотивации «Преодоление дефицита».

2. Охарактеризуйте условия закупки, соответствующие мотивации «Битва со скукой».

3. Опишите состав экономико-математической модели процесса закупки товара, соответствующей мотивации «Преодоление дефицита».

4. Опишите состав экономико-математической модели процесса закупки товара, соответствующей мотивации «Битва со скукой».

5. Опишите способы определения суммарного объёма закупок, суммарных денежных затрат рынка, достигаемого уровня полезности, соответствующие оптимальному плану закупок.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести определение плана закупок товара для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме при мотивации «Преодоление дефицита».

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме при мотивации «Битва со скукой».

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме при мотивации «Битва со скукой».

Ситуация 4. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме при мотивации «Преодоление дефицита».

Контроль полученных знаний производится по результатам моделирования плана закупок при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.14. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 4.2 «Идентификация состояния сегмента рынка»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

– оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части идентификации состояния сегмента рынка,

– контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Опишите характеристики возникновения рыночных ситуаций.

2. Охарактеризуйте связь между состояниями рынка и рыночными ситуациями.

3. Опишите связь результатов моделирования процесса закупки товаров с состояниями рынка.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести идентификацию состояния сегмента рынка для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме при мотивации «Преодоление дефицита».

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме при мотивации «Битва со скукой».

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме при мотивации «Битва со скукой».

Ситуация 4. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме при мотивации «Преодоление дефицита».

Контроль полученных знаний производится по результатам моделирования плана закупок при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.15. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 4.3 «Оценка степени удовлетворения покупательского спроса»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части оценки степени удовлетворения покупательского спроса,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Охарактеризуйте условия полного удовлетворения покупательского спроса.
2. Охарактеризуйте способ оценки реального уровня удовлетворения покупательского спроса.
3. Опишите способ оценки степени удовлетворения покупательского спроса.
4. Опишите способ оценки неудовлетворённого покупательского спроса.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести оценку степени удовлетворения покупательского спроса для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме при мотивации «Преодоление дефицита».

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме при мотивации «Битва со скукой».

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме при мотивации «Битва со скукой».

Ситуация 4. Оценка получаемых благ происходит по не компенсационной схеме при мотивации «Преодоление дефицита».

Контроль полученных знаний производится по результатам моделирования плана закупок при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.16. Контрольные задания и материалы для текущего контроля знаний по разделу 4.4 «Определение направлений повышения эффективности функционирования рыночного сегмента»

Контрольные задания и материалы предназначены для:

- оценки знаний, умений и навыков по части компетенции ПК-4 – способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения в части определения направлений повышения эффективности функционирования рыночного сегмента,
- контроля самостоятельной работы.

Вопросы для контроля знаний:

1. Опишите метод разложения неудовлетворённого спроса для иерархической мультиатрибутивной модели товара при компенсационной оценке получаемых благ.

2. Опишите метод разложения неудовлетворённого спроса для линейной мультиатрибутивной модели товара при компенсационной оценке получаемых благ.

3. Опишите метод разложения неудовлетворённого спроса для линейной мультиатрибутивной модели товара при некомпенсационной оценке получаемых благ.

Описание проблемных ситуаций

Требуется произвести разложение неудовлетворённого спроса для следующих рыночных ситуаций.

Ситуация 1. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме с помощью иерархической мультиатрибутивной модели товара.

Ситуация 2. Оценка получаемых благ происходит по компенсационной схеме с помощью линейной мультиатрибутивной модели товара.

Ситуация 3. Оценка получаемых благ происходит по некомпенсационной схеме с помощью линейной мультиатрибутивной модели товара.

Контроль полученных знаний производится по результатам разложения неудовлетворённого спроса при заданных выше условиях.

Контроль полученных умений производится на основе обсуждения анализа результатов моделирования в среде «Excel» рассматриваемых проблемных ситуаций.

5.3.17. Контрольные задания для промежуточной аттестации

1. Сформулируйте определение маркетингового аудита по Ф. Котлеру.
2. Сформулируйте определение маркетингового аудита по О. Уилсону.
3. Сформулируйте определение маркетингового аудита по Е. П. Голубкову.
4. Охарактеризуйте процесс проведения маркетингового аудита.
5. Назовите инструменты маркетингового аудита.
6. Сформулируйте назначение аудита.
7. Назовите недостатки в определении назначения аудита.
8. Каковы основные компоненты эффективной системы маркетингового аудита в компании.
9. Назовите основные документы, разрабатываемые по итогам маркетингового аудита.
10. Назовите ключевые правила при проведении внутреннего аудита.
11. Охарактеризуйте содержательный процесс комплексного аудита системы маркетинга.
12. Охарактеризуйте подходы к сбору информации при проведении маркетингового аудита.
13. Перечислите этапы проведения маркетингового аудита.
14. Перечислите и охарактеризуйте виды маркетинговых сред.
15. Охарактеризуйте основные факторы макросреды и микросреды, раскройте их возможное влияние при аудите маркетинга.
16. Охарактеризуйте сущность PEST анализа.
17. Охарактеризуйте сущность пятифакторной модели конкуренции Портера.
18. Охарактеризуйте особенности аудита внутренней среды маркетинга в компании.
19. Охарактеризуйте метод ключевых вопросов.
20. Охарактеризуйте методы портфельного анализа.
21. Опишите основные модели оценки качества клиентского обслуживания.
22. Сущность метода SNW – анализа.
23. Сущность аудита маркетинговых коммуникаций компании.
24. Что означает термин «атрибут»?
25. Что формирует атрибуты нижнего уровня?
26. Что собой представляет структура атрибутов?

27. Опишите особенности иерархической структуры атрибутов.
28. Опишите особенности линейной структуры атрибутов.
29. Охарактеризуйте состав микроатрибута.
30. Охарактеризуйте состав макроатрибута.
31. Что характеризует значимость атрибута?
32. Охарактеризуйте компенсационный метод оценки получаемых благ.
33. Охарактеризуйте не компенсационный метод оценки получаемых благ.
34. Опишите состав мультиатрибутивной модели товара.
35. Охарактеризуйте подход, используемый для оценки единичной полезности товара.
36. Охарактеризуйте сущность единичного параметрического показателя близости.
37. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.
38. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при компенсационном способе оценки потребительских благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.
39. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.
40. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при не компенсационном способе оценки потребительских благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.
41. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.
42. Опишите последовательность расчёта единичной полезности товара при смешанном способе оценки потребительских благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.
43. Охарактеризуйте особенности расчёта единичной полезности идеального товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.
44. Охарактеризуйте особенности расчёта единичной полезности идеального товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.
45. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.
46. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.
47. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара для не компенсационного способа оценки получаемых благ.

48. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при смешанном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

49. Охарактеризуйте особенности расчёта оценки потребительской удовлетворённости товара при смешанном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

50. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при компенсационном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

51. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

52. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам для не компенсационного способа оценки получаемых благ.

53. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при смешанном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

54. Охарактеризуйте особенности разложения неудовлетворенной потребительской полезности по факторам при смешанном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

55. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при компенсационном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

56. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при компенсационном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

57. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром для не компенсационного способа оценки получаемых благ.

58. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при смешанном способе оценки получаемых благ для иерархической мультиатрибутивной модели товара.

59. Охарактеризуйте особенности определения направлений повышения потребительской удовлетворённости товаром при смешанном способе оценки получаемых благ для линейной мультиатрибутивной модели товара.

60. Охарактеризуйте условия закупки, соответствующие мотивации «Преодоление дефицита».

61. Охарактеризуйте условия закупки, соответствующие мотивации «Битва со скукой».

62. Опишите состав экономико-математической модели процесса закупки товара, соответствующей мотивации «Преодоление дефицита».

63. Опишите состав экономико-математической модели процесса закупки товара, соответствующей мотивации «Битва со скукой».

64. Опишите способы определения суммарного объёма закупок, суммарных денежных затрат рынка, достигаемого уровня полезности, соответствующие оптимальному плану закупок.

65. Опишите характеристики возникновения рыночных ситуаций.

66. Охарактеризуйте связь между состояниями рынка и рыночными ситуациями.

67. Опишите связь результатов моделирования процесса закупки товаров с состояниями рынка.

68. Охарактеризуйте условия полного удовлетворения покупательского спроса.

69. Охарактеризуйте способ оценки реального уровня удовлетворения покупательского спроса.

70. Опишите способ оценки степени удовлетворения покупательского спроса.

71. Опишите способ оценки неудовлетворённого покупательского спроса.

72. Опишите метод разложения неудовлетворённого спроса для иерархической мультиатрибутивной модели товара при компенсационной оценке получаемых благ.

73. Опишите метод разложения неудовлетворённого спроса для линейной мультиатрибутивной модели товара при компенсационной оценке получаемых благ.

74. Опишите метод разложения неудовлетворённого спроса для линейной мультиатрибутивной модели товара при некомпенсационной оценке получаемых благ.

5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

В процессе изучения дисциплины осуществляются следующие виды контроля этапов формирования компетенций:

– **текущий контроль качества** усвоения знаний состоит в выполнении и защите работ на практических занятиях, выполнении домашних заданий и контрольной работы;

– **промежуточная аттестация** – зачет с оценкой.

Критерии оценивания ответа обучающегося

Высшим баллом «отлично» (зачтено) аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической

деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка **«хорошо» (зачтено)** ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно» (зачтено)** ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка **«неудовлетворительно» (не зачтено)** ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

6. Методические рекомендации преподавателям по технологии реализации дисциплины

При реализации программы дисциплины «Маркетинговый анализ и аудит» используются различные образовательные технологии.

В процессе дисциплины применяется метод адаптивного обучения – способ организации учебного процесса с учетом индивидуального уровня подготовки обучаемого. Вначале на семинарских занятиях выясняется уровень индивидуальной подготовки обучающегося на основе группового обсуждения: ответов на контрольные вопросы по теме занятия; результатов промежуточного тестирования по теме занятия. Далее по темам курса каждый обучающийся получает индивидуальное задание для выступления и активно участвует в достижении целей обучения. При этом обучающийся овладевает информационно-коммуникационными технологиями для подготовки выступлений по заданным темам.

В процессе семинарских занятий происходит: групповое обсуждение выступлений обучающихся под руководством преподавателя по темам предметной области; организуются дискуссии в рамках, которых обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме. Проведение дискуссий по проблемным

вопросам подразумевает написание обучающихся рефератов и эссе по тематике предметной области.

Во время аудиторных занятий лекции могут проводиться с использованием ПК и проектора. В учебном процессе используются материалы печатные и в электронной форме.

Для реализации компетентного подхода предусмотрено использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: тестирование, групповое обсуждение, дискуссия, подготовка рефератов и эссе.

Тестирование – контроль знаний с помощью тестов для текущей и промежуточной аттестации, самоконтроля. Заключительная тема может быть проведена в форме тестирования. Это позволяет выявить итоговый уровень подготовленности обучающегося в зависимости от посещения им аудиторных занятий, выполнения самостоятельной работы.

Обсуждение - форма учебной работы, в рамках которой обучающийся излагает суть теоретического вопроса по теме, заданной преподавателем. Другие обучающиеся оценивают смысл выступления и высказывают свою точку зрения на сущность рассматриваемого вопроса.

Дискуссия – форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по рассматриваемой проблеме, Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание обучающимися рефератов и эссе.

Часть практических занятий может быть организована в форме выездных занятий на предприятия оптовой и розничной торговли, ярмарки, аукционы.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, целом в учебном процессе составляют не менее 25% аудиторных занятий в соответствии с требованиями ФГОС и учетом специфики ООП. Занятия лекционного типа для групп обучающихся запланированы в соответствии с рабочим учебным планом.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

7.1. Методические указания по подготовке к занятиям лекционного типа

Для успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции по следующим причинам:

- лекция знакомит с новым учебным материалом;
- лекция разъясняет наиболее трудные учебные элементы;
- лекция систематизирует учебный материал;
- лекция ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к занятиям лекционного типа заключается в следующем:

- прочитать материал предыдущей лекции,
- уяснить тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),

- ознакомьтесь с учебным материалом по предлагаемым учебным пособиям;
- уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- сформулировать возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

7.2. Методические указания по подготовке к занятиям практическим и семинарским занятиям

Цель занятий семинарского типа заключается в закреплении знаний, полученных обучающимися на лекции и самостоятельной работе над рекомендованными источниками.

При подготовке к занятиям семинарского типа необходимо:

- внимательно прочесть рекомендованную литературу;
- выписать основные термины;
- выполнить тестовые задания;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям;
- подготовит реферат или эссе, предусмотренные темой семинара;
- подготовиться к защите реферата или эссе;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными.

7.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающегося

Самостоятельная работа – важная составляющая часть высшего образования. Ее организация во многом определяет эффективность учебного процесса и способствует выработке навыков самообразования.

Самостоятельная работа включает:

подготовку обучающегося к семинарским занятиям (см. план семинарских занятий);

написание рефератов и эссе, предусмотренных темой семинара;

подготовка к защите реферата или эссе;

подготовка студентов к экзамену.

7.4. Методические рекомендации по подготовке к зачёту

К зачёту необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине.

В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

программой по дисциплине,

перечень компетенций, которыми студент должен владеть,

учебно-тематическим планом дисциплины,

контрольными мероприятиями,

учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами.

перечнем вопросов к зачету.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционного и семинарского типа позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

7.5 Методические рекомендации по подготовке рефератов

Реферат (от лат. *refero* – «сообщаю») – краткое изложение в письменном виде или форме публичного доклада содержания книги, статьи или нескольких работ, научного труда, литературы по общей тематике.

Реферат – это самостоятельная учебно-исследовательская работа обучающегося, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом.

Формулирование темы (тема формулируется в соответствии с направлениями семинарских занятий).

Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 4-10).

Составление библиографии.

Обработка и систематизация информации.

Разработка плана реферата.

Написание реферата.

Оформление раздаточного материала.

Публичное выступление с результатами исследования на семинарском занятии.

Содержание работы должно отражать:

знание современного состояния проблемы;

обоснование выбранной темы;

использование известных результатов и фактов;

полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой;

актуальность поставленной проблемы;

материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

Типовая структура реферата.

Титульный лист.

План (простой или развернутый).

Введение.

Основная часть.

Заключение.

Список литературы.

Реферат может рассматриваться как одна из форм контрольных работ. Объем реферата не должен превышать 10 страниц.

Текст оформляется в соответствии с требованиями:

текст печатается 14 шрифтом, через 1,5 интервала. Сверху страницы отступают примерно 20 мм, слева - 30-35 мм, справа - 10-15 мм, снизу - 20 мм. Абзац должен быть равен 5 знакам. Страницы должны быть пронумерованы.

титульный лист должен содержать названия учебного заведения, факультета и кафедры, отделения название темы работы, фамилию, имя, отчество обучающегося, номер учебного, ученую степень, должность или ученое звание, фамилию и инициалы научного руководителя; а также место и год написания работы. Титульный лист в работе не нумеруется.

Представление реферата осуществляется в форме доклада с предъявлением презентации.

7.6. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе выполняется письменно и должно содержать:

анализ собственных мыслей, чувств (эссе, творческие задания);

текст должен быть подготовлен с выполнением требований стандартных правил оформления учебных и научных работ;

форма представления – письменная на компьютере, с соблюдением стандартных правил оформления учебных и научных работ.

Письменная работа оформляется на компьютере на одной стороне стандартного белого листа формата А-4. Типовая структура эссе аналогична типовой структуре реферата.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)

а) Основная литература:

1. Жариков, Г. А. Маркетинг и его особенности в России : монография / Г. А. Жариков, С. К. Становкин. — Москва : Прометей, 2014. — 140 с. — ISBN 978-5-7042-2528-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/30406.html>

2. Комлев, Е. Б. Актуальные проблемы маркетинга : курс лекций / Е. Б. Комлев. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2014. — 130 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39675.html>

3. Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>

4. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453776>

б) Дополнительная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426253>
2. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450105>
3. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450381>

в) Справочно-информационные системы и Интернет-ресурсы:

№№	Справочные системы и базы данных к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС издательства «Юрайт» Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	https://urait.ru/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
2.	ЭБС издательства «Лань» Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов.	http://e.lanbook.com/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
3.	ЭБС IPR BOOKS Современный ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса в нашем учебном заведении.	http://www.iprbookshop.ru/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
1.	Polpred.com Обзор СМИ. В рубрикаторе: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные мате-	http://polpred.com/news/

	риалы / статьи и интервью 9000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке, миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Доступ на Polpred.com открыт со всех компьютеров библиотеки.	
2.	С 2001 года Библиотека Московского гуманитарного университета сотрудничает с компанией «Консультант Плюс» и является участником Программы информационной поддержки российских библиотек. В читальном зале установлены актуальные базы данных правовых документов. Учебный центр «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/edu/center/) регулярно проводит обучающие семинары с выдачей своего сертификата. Программа и расписание семинаров на ближайший месяц размещаются на сайте компании в разделе Некоммерческие проекты – Учебный Центр Консультант Плюс. Разработано мобильное приложение «Консультант Плюс: Студент» (http://www.consultant.ru/student/). Бесплатное приложение «КонсультантПлюс: Студент» содержит правовую информацию (кодексы, законы), судебную практику, консультации, а также современные учебники по праву, финансам, экономике и бухучету.	http://www.consultant.ru/edu/center/
№ №	Информационные ресурсы открытого доступа	Используемый для работы адрес
1	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru/
2	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов	http://fcior.edu.ru/

3	Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде. 5100 изданий открытого доступа	http://bibliorossica.com/
4	Сайт Гильдии маркетологов, содержащий ссылки на научную и учебную литературу, полнотекстовые статьи членов Гильдии и отчеты о развитии маркетинга в России	http://www.marketologi.ru/index.html
5	Сборник статей по маркетингу, различные направления	http://www.marketing.spb.ru/
6	Электронный журнал по маркетингу	http://www.4p.ru/
7	Информационный портал о маркетинге	http://www.md-marketing.ru/
8	Ассоциация Коммуникационных Агентств России	http://www.akarussia.ru/
9	Российская Ассоциация по связям с общественностью	http://www.raso.ru/
10	Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг	http://www.ramu.ru/
11	Информационный портал о рекламе	http://www.sostav.ru/
12	Электронный журнал о рекламе	http://www.advertology.ru/
13	Глоссарии и словари	www.glossary.ru ; http://dic.academic.ru
14	Энциклопедия «Кругосвет»	www.krugosvet.ru

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом. В процессе обучения используется лицензионное программное обеспечение.

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются следующие ресурсы:

1. для проведения занятий лекционного типа используются специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные комплектом презентационного оборудования (стационарного или переносного): мультимедиа-проектором, персональным компьютером;

2. для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, для осуществления текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения, укомплектованные специали-

зированной мебелью и оборудованные комплектом презентационного оборудования (стационарного или переносного): мультимедиа-проектором, персональным компьютером;

3. помещения для самостоятельной работы студентов: читальный зал библиотеки МосГУ, аудитории №107, №514, №417, №225 (3 учебный корпус), аудитория №16 (1 учебный корпус), аудитория №311 (учебный корпус В), аудитория №35 (2 учебный корпус), укомплектованные специализированной мебелью и оснащенные компьютерной техникой с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В Университете созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья. Имеются учебные аудитории, предназначенные для проведения всех видов учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В качестве лицензионного программного обеспечения используется MS Office.

10. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет» от 30.05.2018 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.