

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Попов Анатолий Николаевич
Должность: директор
Дата подписания: 02.07.2025 15:48:15
Уникальный программный ключ:
1e0c38dcc0aee73cee1e5c09c1d5873fc7497bc8



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«ПРИВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»
ОРЕНБУРГСКИЙ ИНСТИТУТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)¹

Закреплена кафедрой	Общеобразовательные дисциплины
Учебный план	38.03.02-24-1-МУПв-ЗД-оз .plz(ОрИПС)
Направление подготовки, профиль	Направление подготовки 38.03.02 «Организация и управление в учреждениях здравоохранения»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	Очно-заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Вид занятий	Итого			
	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Практические занятия	16	16	16	16
Контроль	26,3	26,3	26,3	26,3
КЭ	2,3	2,3	2,3	2,3
Контактная работа	24,7	24,7	24,7	24,7
Сам. работа	93	93	93	93
Итого	144	144	144	144

Оренбург

¹ Рабочая программа подлежит ежегодной актуализации в составе основной профессиональной образовательной программы (ОПОП). Сведения об актуализации ОПОП вносятся в лист актуализации ОПОП.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью является формирование компетенций, указанных в п. 1.2. в части представленных в п. 1.3. результатов обучения (знаний, умений, навыков)
1.2	Задачами дисциплины является: - формирование целостное представление об изучении теоретических основ маркетинга; - ознакомление с прикладными методами маркетинговых исследований на макро- и микроуровне; - формирование навыков исследования проблем и особенностей организации и планирования маркетинга на предприятиях (организациях, фирмах) различных отраслей экономики; - формирование знаний в области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики; - формирование способностей оценки конкурентоспособности товара и компании; - формирование представления о механизмах международного маркетинга; - формирование знаний в области применения правовой и нормативной базы в организации маркетинговой деятельности; - формирование навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности бакалавра экономиста на предприятии (организации, фирме).
1.3	При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	
Знать:	
Уровень 1	Базовые основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уметь:	
Уровень 1	Собирать и обобщать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Систематизировать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Анализировать, выделять и использовать основы организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Владеть:	
Уровень 1	Информацией о базовых основах организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Методами обоснования базовых основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Навыками критической оценки и использования основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
ОПК-4.3 Анализирует рыночные и специфические риски при принятии управленческих решений	
Знать:	
Уровень 1	Базовые основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уметь:	
Уровень 1	Собирать и обобщать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Систематизировать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач

Уровень 3	Анализировать, выделять и использовать основы организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Владеть:	
Уровень 1	Информацией о базовых основах организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Методами обоснования базовых основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Навыками критической оценки и использования основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	В форме ПП
	Раздел 1.			
1	Тема 1. Социально-экономическая основа маркетинга/Лк/Пр/	5	4/4	0
2	Тема 2 Маркетинговые исследования/Лк/Пр/	5	4/4	0
3	Тема 3 Маркетинговая среда/Лк/Пр/	5	4/4	0
4	Тема 4 Сегментация рынка и анализ конкурентов/Лк/Пр/	5	4/4	0
5	Тема 5 Исследование товарного рынка/Лк/Пр/	5	4/4	0
6	Тема 6 Товарная политика и ценообразование. Маркетинговые коммуникации/Лк/Пр/	5	4/4	0
	Экзамен			0
	Самостоятельная работа		93	

4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении к рабочей программе дисциплины.

Формы и виды текущего контроля по дисциплине (модулю), виды заданий, критерии их оценивания, распределение баллов по видам текущего контроля разрабатываются преподавателем дисциплины с учетом ее специфики и доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем дисциплины (модуля), как правило, с использованием ЭИОС или путем проверки письменных работ, предусмотренных рабочими программами дисциплин в рамках контактной работы и самостоятельной работы обучающихся. Для фиксирования результатов текущего контроля может использоваться ЭИОС.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Рекомендуемая литература

5.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во	Эл. адрес
Л1.1	Синицына, О.Н.	Маркетинг : учебное пособие	Москва : КноРус, 2022. — 210 с.	1 Электронное издание	URL: https://book.ru/book/941765
Л1.2	Литвинюк, А.А.	Маркетинг персонала + еПриложение : учебник	Москва : КноРус, 2022. — 242 с.	1 Электронное издание	URL: https://book.ru/book/941804

5.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Кол-во	Эл. адрес
Л2.1	Пястолов, С.М.	Основы экономики, менеджмента и маркетинга +е-Приложение : учебник	Москва : КноРус, 2021. — 246 с.	1 Электронное издание	https://book.ru/book/935748

5.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

5.2.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

5.3.1.1	Microsoft Office 2010 Professional Plus (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)
5.3.1.2	Microsoft Office 2007 Professional (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)

5.3.1.3	Microsoft Windows 10 Professional 64-bit Russian DSP OEI
5.3.1.4	Microsoft Windows 7/8.1 Professional
5.3.1.5	Сервисы ЭИОС ОрИПС
5.3.1.6	AutoCAD
5.3.1.7	WinMashine 2010” (v 10.1),
5.3.1.8	КОМПАС-3D
5.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
5.3.2.1	СПС «Консультант Плюс»
5.3.2.2	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
5.3.2.3	ЭБС Учебно-методического центра по образованию на железнодорожном транспорте (ЭБ УМЦ ЖДТ)
5.3.2.4	ЭБС Издательства "Лань"
5.3.2.5	ЭБС BOOK.RU
5.3.2.6	ЭБС «Юрайт»

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
6.1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование для предоставления учебной информации большой аудитории и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное).
6.2	Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное).
6.3	Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.
6.4	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ

«ПРИВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»

ОРЕНБУРГСКИЙ ИНСТИТУТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ

филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего
образования «Приволжский государственный университет путей сообщения»
(ОрИПС – филиал ПривГУПС)

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Маркетинг

(наименование дисциплины(модуля))

Направление подготовки / специальность

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование)

Направленность (профиль)/специализация

Организация и управление в учреждениях здравоохранения

(наименование)

Содержание

1. Пояснительная записка.
2. Типовые контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций.
3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации.

1. Пояснительная записка

Цель промежуточной аттестации—оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код и наименование компетенции
Компетенция1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений
Компетенция2 ОПК-4.3 Анализирует рыночные и специфические риски при принятии управленческих решений

Результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные материалы
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений Компетенция 2 ОПК 4.3 Анализирует рыночные и специфические риски при принятии управленческих решений	Обучающийся знает: Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач	Тесты в ЭИОС ПривГУПС
	Обучающийся умеет:Анализировать, выделять и использовать основы организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач	Тесты в ЭИОС ПривГУПС
	Обучающийся владеет: Навыками критической оценки и использования основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач	Тесты в ЭИОС ПривГУПС

Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в одной из следующих форм:

- 1) ответ на билет, состоящий из теоретических вопросов и практических заданий;
- 2) выполнение заданий в ЭИОС ПривГУПС.

2. Типовые² контрольные задания или иные материалы для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций

2.1 Типовые вопросы (тестовые задания) для оценки знаниевого образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	Обучающийся знает: Базовые основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Компетенция 2 ОПК 4.3 Анализирует рыночные и специфические риски при принятии управленческих решений	

2.2 Типовые задания для оценки навыкового образовательного результата

Проверяемый образовательный результат:

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	Обучающийся умеет: Собирать и обобщать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Компетенция 2 ОПК 4.3 Анализирует рыночные и специфические риски при принятии управленческих решений	

Код и наименование компетенции	Образовательный результат
Компетенция 1 ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	Обучающийся владеет: Информацией о базовых основах организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач

² Приводятся типовые вопросы и задания. Оценочные средства, предназначенные для проведения аттестационного мероприятия, хранятся на кафедре в достаточном для проведения оценочных процедур количестве вариантов. Оценочные средства подлежат актуализации с учетом развития науки, образования, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы. Ответственность за нераспространение содержания оценочных средств среди обучающихся университета несут заведующий кафедрой и преподаватель – разработчик оценочных средств.

Компетенция Анализирует специфические принятия решений	2 ОПК 4.3 рыночные и риски при управленческих	
---	--	--

2.3. Перечень вопросов для подготовки обучающихся к промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

- 1 Определение и сущность маркетинга. Роль маркетинга в экономике.
- 2 Исходные идеи маркетинга: нужды, потребности, товар, рынок. Комплекс маркетинга (4 «Р»).
- 3 Маркетинг как система методов деятельности. Основные виды маркетинга.
- 4 Концепции маркетинга.
- 5 Функции и субъекты маркетинга. Содержание маркетинговой работы.
- 6 Классификация информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
- 7 Процесс маркетинговых исследований.
- 8 Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы микросреды.
- 9 Факторы макросреды и реакция на них.
- 10 Модель поведения потребителя. Основные факторы, определяющие поведение покупателя.
- 11 Потребность и потребитель. Виды потребностей.
- 12 Классификация потребителей.
- 13 Процесс принятия решения о покупке товара.
- 14 Основные характеристики товара в маркетинге.
- 15 Классификация товарных групп в системе маркетинга.
- 16 Упаковка и сервис в системе товарной политики.
- 17 Товарная политика и формирование товарного ассортимента.
- 18 Понятие конкурентоспособности товара и ее составляющие.
- 19 Жизненный цикл товара и его фазы.
- 20 Стратегическое и текущее планирование маркетинга.
- 21 Стратегии маркетинга на этапах жизненного цикла товара.
- 22 Разработка новых товаров. Процесс развития нового продукта и реализация инновационной политики.
- 23 Процесс принятия товара потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия инноваций.
- 24 Рынок как объект маркетинга. Типы и виды рынков.
- 25 Содержание понятия «емкость рынка», формула ее подсчета.
- 26 Позиционирование товара на рынке.
- 27 Понятие целевого рынка. Стратегии охвата. Принципы выбора целевого сегмента рынка.
- 28 Методы проведения опросов при изучении покупательского спроса.
- 29 Понятие цены. Функции и виды цен. Ценовая политика.
- 30 Установление исходной цены товара. Факторы ценообразования.
- 31 Стратегии ценообразования: разработка и их реализация.
- 32 Матрица Бостонской консалтинговой группы.
- 33 Каналы распределения, товародвижения и сбыта товаров: сущность, функции, структура.
- 34 Организация сбытовой сети: традиционная, вертикальная, горизонтальная и комбинированная маркетинговые системы.
- 35 Управление каналами распределения.

- 36 Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговой коммуникации.
- 37 Личные и безличные коммуникации. Прямой маркетинг.
- 38 Личная продажа как форма коммуникационного процесса.
- 39 Реклама. Виды рекламы. Участники рекламного процесса.
- 40 Разработка рекламы.
- 41 Товарный знак, его роль в современных условиях. Фирменный стиль.
- 42 Public relations (PR). Цели и задачи PR. Инструменты PR.
- 43 Стимулирование сбыта. Цели и средства стимулирования сбыта. Контроль и оценка результатов стимулирования.
- 44 Виды стимулирования. Особенности стимулирования сотрудников сбытовой службы предприятия и торговых посредников.
- 45 Розничная торговля: сущность, формы и виды.
- 46 Оптовая торговля.
- 47 Место маркетингового подразделения в фирме. Его обязанности, возможности и структура.

3. Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Критерии формирования оценок по ответам на вопросы, выполнению тестовых заданий

- оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы составляет 100 – 90% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на вопросы – 89 – 76% от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов на тестовые вопросы – 75–60 % от общего объема заданных вопросов;
- оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если количество правильных ответов – менее 60% от общего объема заданных вопросов.

Критерии формирования оценок по результатам выполнения заданий

«Отлично/зачтено» – ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

«Хорошо/зачтено» – ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов.

«Удовлетворительно/зачтено» – ставится за работу, если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и двух недочетов.

«Неудовлетворительно/не зачтено» – ставится за работу, если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки «удовлетворительно» или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Виды ошибок:

- *грубые ошибки: незнание основных понятий, правил, норм; незнание приемов решения задач; ошибки, показывающие неправильное понимание условия предложенного задания.*

- *негрубые ошибки: неточности формулировок, определений; нерациональный выбор хода решения.*

- *недочеты: нерациональные приемы выполнения задания; отдельные погрешности в формулировке выводов; небрежное выполнение задания.*

Критерии формирования оценок по экзамену

«Отлично/зачтено» – студент приобрел необходимые умения и навыки, продемонстрировал навык практического применения полученных знаний, не допустил логических и фактических ошибок

«Хорошо/зачтено» – студент приобрел необходимые умения и навыки, продемонстрировал навык практического применения полученных знаний; допустил незначительные ошибки и неточности.

«Удовлетворительно/зачтено» – студент допустил существенные ошибки.

«Неудовлетворительно/не зачтено» – студент демонстрирует фрагментарные знания изучаемого курса; отсутствуют необходимые умения и навыки, допущены грубые ошибки.