

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ»

ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): «Менеджмент организации»
Заочная форма обучения

3 курс 5 семестр

(на 20__/__ учебный год)

№ занятия	Посещаемость/ балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
1	2	3	4	5	6
<u>Базовый модуль</u>					
1		Лекция №1. Понятие маркетинга, его сущность и назначение. Основные принципы и особенности развития современного маркетинга.			
		Практическое занятие №1. Эволюция маркетинговой концепции и ее роль в бизнесе.			
2		Лекция №2. Маркетинговая среда и факторы ее формирующие.			
		Практическое занятие №2. Маркетинговая среда и факторы ее формирующие			
3		Текущий контроль 1. Маркетинговая среда. Письменный опрос.	3/10	3/10	4
4		Практическое занятие №3. Анализ факторов микро- и макросреды маркетинга			
5		Текущий контроль 2. Анализ функций маркетинга. Устный опрос. Дискуссия.	2/10	5/20	4
		Лекция №3. Содержание маркетинговой концепции управления. Постановка целей маркетинга организации.			

6	Практическое занятие №4. Позиционирование продуктового предложения предприятия на рынке.			
	Практическое занятие №5. Содержание маркетинговой концепции управления			
7	Текущий контроль 3. Функционирование маркетинговой службы организации. Международные экономические отношения в сфере маркетинга. Письменный опрос.	3/10	8/30	4
Контрольная работа		15/30!	23/60	20
Рубежный контроль - письменный опрос		5/10	28/70	4
Промежуточный контроль (ЗАЧЕТ) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей		22/30	50/100	10
Итоговая сумма баллов за 5 семестр		50/100	100	
* 4 часа отводится на интерактивные занятия				

Дополнительный модуль (3 курс 5 семестр)

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Понятие маркетинга, его сущность и назначение. Основные принципы и особенности развития современного маркетинга.	15
2		Маркетинговая среда и факторы ее формирующие.	15
3		Содержание маркетинговой концепции управления. Постановка целей маркетинга организации.	20
Итого:			50

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ»

ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): «Менеджмент организации»
Заочная форма обучения

3 курс 6 семестр

(на 20__/__ учебный год)

№ занятия	Посещаемость/ балл	Содержание занятий и виды контроля	Кол-во баллов min/ max	Накопительная «стоимость»/балл	Кол-во часов самостоятельной работы на подготовку к видам контроля
<u>Базовый модуль</u>					
1		Лекция №1. Система маркетинговой информации. Виды маркетинговой информации и их сравнительный анализ			
		Практическое занятие №1. Маркетинговая информация и ее характеристика.			
2		Лекция №2. Методы сбора первичной и вторичной информации. Выбор методов исследования.			
		Практическое занятие №2. Инструменты маркетингового исследования			
3		Текущий контроль 1. Маркетинговая информационная система. Письменный опрос.	3/10	3/10	4
4		Практическое занятие №3. Методы сбора первичной информации			
5		Текущий контроль 2. Система маркетинговых исследований. Устный опрос. Дискуссия.	2/10	5/20	4
		Лекция №3. Маркетинговые исследования, их цели и задачи. Виды маркетинговых исследований. Алгоритм проведения маркетингового исследования. Характеристика основных этапов маркетингового исследования...			

6		Практическое занятие №4. Маркетинговые исследования и их виды			
		Практическое занятие №5. Маркетинговые исследования потребителей			
7		Текущий контроль 3. Маркетинговые исследования потребителей и конкурентов. Письменный опрос.	3/10	8/30	4
Контрольная работа			15/30!	23/60	20
Рубежный контроль - письменный опрос			5/10	28/70	4
Промежуточный контроль (ЭКЗАМЕН) может быть поставлен по сумме баллов за посещаемость и успеваемость по итогам текущих и рубежных контролей			22/30	50/100	10
Итоговая сумма баллов за 6 семестр			50/100	100	
* 6 часа отводится на интерактивные занятия					

Дополнительный модуль (3 курс 6 семестр)

№ п.п.	Сроки проведения	Виды деятельности	Количество баллов
1	По расписанию преподавателя	Система маркетинговой информации. Виды маркетинговой информации и их сравнительный анализ	15
2		Методы сбора первичной и вторичной информации. Выбор методов исследования.	15
3		Маркетинговые исследования, их цели и задачи. Виды маркетинговых исследований. Алгоритм проведения маркетингового исследования. Характеристика основных этапов маркетингового исследования..	20
Итого:			50