

	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный аграрный университет»
	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг»
Б1.О.19	Кафедра «Сервис транспортных и технологических машин и оборудования в АПК»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По учебной дисциплине
«**Маркетинг**»

Направление подготовки

23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов»

Направленность (профиль) программы

«Сервис транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования (сельское хозяйство)»

Уровень подготовки
бакалавриат
Форма обучения
Очная, заочная

Екатеринбург, 2022

	<i>Должность</i>	<i>Фамилия</i>	<i>Дата, протокол</i>
Разработал:	<i>Доцент</i>	<i>Зорков В.С.</i>	
Согласовали:	<i>Руководитель ОП</i>	<i>Иовлев Г.А.</i>	<i>№114 11.02.2022</i>
	<i>Председатель учебно-методической комиссии факультета инженерных технологий</i>	<i>Зеленин А.Н.</i>	<i>№2 11.02.2022</i>
Утвердил:	<i>Декан факультета инженерных технологий</i>	<i>Юсупов М.Л.</i>	<i>№81 11.02.2022</i>
Версия: 2.0		КЭ:1	УЭ № ____



СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины и виды учебной работы
4. Содержание дисциплины
 - 4.1 Модули (разделы) дисциплины и виды занятий
 - 4.2 Содержание модулей (разделов) дисциплины
 - 4.3 Детализация самостоятельной работы
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине
12. Особенности обучения студентов с ограниченными возможностями здоровья



1. Цели и задачи дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель и задачи дисциплины – получение знаний и навыков о маркетинге и его роли в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин, методах проведения маркетингового анализа, сегментации рынка сервисных услуг, показателях спроса и предложения, классификации услуг и специализации предприятий сервиса, бизнес-планировании, сегментации потребительского рынка, управлении товародвижением, рекламе, планировании маркетинга.

Дисциплина Б1.О.19 «Маркетинг» входит в обязательную часть образовательной программы. Траектория формирования компетенций выделяет этапы формирования в соответствии с учебным планом, при этом соблюдается принцип нарастающей сложности.

Основными этапами формирования компетенций при изучении дисциплины «Маркетинг» является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Изучение дисциплины «Маркетинг» основывается на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплины «Философия», Управление техническими системами, Введение в профессиональную деятельность, Введение в механику.

Полученные знания, умения, навыки используются студентами в процессе изучения таких дисциплин, как Экология, выполнении и защите выпускной квалификационной работы.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование поэтапно следующих компетенций: УК-1; ОПК-2.

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-2 - Способен осуществлять профессиональную деятельность с учётом экономических, экологических и социальных ограничений на всех этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи
- экономические, экологические и социальные ограничения *при проектировании* технологий технического сервиса, предприятий технического сервиса

Уметь:

- находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи;
- рассматривать возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки
- Определять *значение* экономических, экологических и социальных ограничений на разных этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов

Владеть:

- умением грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки. Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности
- умением определять и оценивать последствия возможных решений задачи



-умением решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе знаний экономических, экологических и социальных ограничений

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов очное	Очная форма обучения		Всего часов заочное	Заочная форма обучения	
		3 курс			2 курс	
		5 сем			3 сем	
Контактная работа* (всего)	54,24	54,25		13,25	13,25	
В том числе:						
Лекции	16	16		4	4	
Практические занятия (ПЗ)	16	16		4	4	
Лабораторные работы (ЛР)	16	16		4	4	
Групповые консультации	6	6		1	1	
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25		0,25	0,25	
Курсовая работа (расчетно-графическая, курсовое проектирование) (защита)						
Самостоятельная работа (всего):	53,75	53,75		94,75	94,75	
В том числе:						
Курсовая работа (расчетно-графическая, курсовое проектирование) (выполнение)						
Общая трудоемкость	час. зач. ед.	108 3	108 3	108 3	108 3	
Вид промежуточной аттестации		зачет	зачет	зачет	зачет	

4. Краткое содержание дисциплины

Понятие маркетинга и его роль в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин; методы проведения маркетингового анализа; сегментация рынка сервисных услуг; показатели спроса и предложения; классификация услуг и специализация предприятий сервиса; бизнес-планирование, сегментация потребительского рынка, управление товародвижением, реклама, планирование маркетинга.

Методы изучения рынка в целях создания высокоэффективного сервиса.

Теория прогнозирования, планирования и управления предприятиями сервиса, в том числе по составлению бизнес-плана;

Влияние маркетинга, бизнес-плана и менеджмента предприятий сервиса, транспортных, транспортно-технологических машин и оборудования для повышения эффективности их работы.

**4.1. Модули (разделы) дисциплин и виды занятий****4.1.1 очная форма обучения**

№ п.п	Наименование модуля (раздела) дисциплин	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	ГК/зачет	СРС	Всего часов
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Модуль 1. «Маркетинг и его роль в оказании услуг»	10	10	10		33	63
	Тема 1. Понятие маркетинга и его роль в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин	2	2	2		6	12
	Тема 2. Методы проведения маркетингового анализа	2	2	2		6	12
	Тема 3. Сегментация рынка сервисных услуг	2	2	2		6	12
	Тема 4. Показатели спроса и предложения	2	2	2		6	12
	Тема 5. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.	2	2	2		9	15
2.	Модуль 2. «Планирование маркетинга»	6	6	6	6	20,75	44,75
	Тема 1. Бизнес-планирование	2	2	2	3	6	15
	Тема 2. Сегментация потребительского рынка. Управление товародвижением	2	2	2		6	12
	Тема 3. Реклама. Планирование маркетинга	2	2	2	3	8,75	17,75
	зачет				0,25		0,25
		16	16	16	6,25	53.75	108

4.1.2 заочная форма обучения

№ п.п	Наименование модуля (раздела) дисциплин	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семинар	СРС	Всего часов
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Модуль 1. «Маркетинг и его роль в оказании услуг»	2	2	2		57	63
	Тема 1. Понятие маркетинга и его роль в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин	2				10	12
	Тема 2. Методы проведения маркетингового анализа			2		10	12
	Тема 3. Сегментация рынка сервисных услуг					10	10



	Тема 4. Показатели спроса и предложения		2			12	14
	Тема 5. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.					15	15
2.	Модуль 2. «Планирование маркетинга»	2	2	2	1	37,75	43,75
	Тема 1. Бизнес-планирование	2				15,75	17,75
	Тема 2. Сегментация потребительского рынка. Управление товародвижением		2			12	14
	Тема 3. Реклама. Планирование маркетинга			2	1	10	13
	зачет				0,25		0,25
	ИТОГО	4	4	4	1,25	94,75	108

**4.2.Содержание модулей (разделов) дисциплин**

№ п.п	Наименование модуля (раздела)	Содержание раздела	Трудоёмкость (час.)	Формируемые Компетенции (ОК, ОПК, ПК)	Формы контроля*	Технологии интерактивного обучения**
1.	Модуль 1 «Маркетинг и его роль в оказании услуг»	Тема 1.1. Понятие маркетинга и его роль в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин Тема 1.2. Методы проведения маркетингового анализа Тема 1.3. Сегментация рынка сервисных услуг. Тема 1.4. Показатели спроса и предложения Тема 1.5. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.	12 12 12 12 15	УК-1, ОПК-2	Устный опрос на практическом занятии; конспект, тест	Решение ситуационных задач. Исследовательский метод. Мультимедийные презентации. Работа в группах
2.	Модуль 2 «Планирование маркетинга»	Тема 2.1. Бизнес-планирование. Тема 2.2. Сегментация потребительского рынка. Управление товародвижением. Тема 2.3. Реклама. Планирование маркетинга	15 12 17.75	УК-1, ОПК-2	Устный опрос на практическом занятии; конспект, тест	Решение ситуационных задач. Исследовательский метод. Мультимедийные презентации. Работа в группах



4.3. Детализация самостоятельной работы

№ п/п	№ модуля (раздела) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, часы	
			Очная	заочная
1.	Модуль 1 «Маркетинг и его роль в оказании услуг»	Проработка учебного материала по научной литературе, подготовка к практическим занятиям Подготовка к зачёту	33	57
2.	Модуль 2 «Планирование маркетинга»	Проработка учебного материала по научной литературе, подготовка к практическим занятиям Подготовка к зачёту	20,75	37,75
	Всего часов		53.75	94.75

Примерная тематика курсовых проектов (работ). Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Зорков В.С. Методические рекомендации по самостоятельной работе по дисциплине «Маркетинг». – Екатеринбург: УрГАУ, 2022.- 16 с.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (ФОС) приведены в приложении 1 к рабочей программе

Текущий контроль качества освоения отдельных тем и модулей дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы. Этот контроль проводится в течение семестра и качество усвоения материала (выполнения задания) оценивается в баллах, в соответствии с рейтинг-планом дисциплины.

Зачет проводится в конце 2 семестра и оценивается по системе: «зачтено», «не зачтено».

6.2 Измерительные средства по контролю знаний студентов, в том числе квалиметрия (бально-рейтинговая система) с учетом ЭО и ДОТ

Измерительные средства по промежуточному контролю знаний студентов представлены в бально-рейтинговой системе.

Для текущего контроля успеваемости разработана бально-рейтинговая система:

1. Посещаемость лекций, лабораторных и практических занятий – 1,8 балла/занятие (максимальное количество баллов – 32).
2. Рубежный контроль:
 - «5» – 3,4 балла/занятие (максимальное количество баллов – 34);
 - «4» – 2,7 балла/занятие (количество баллов – 27);



- «3» – 2,2 балла/занятие (min количество баллов – 22).

3. Сдача зачёта (студент допускается до зачёта при условии набора 60 баллов в течение учебного семестра).

Рейтинговая система оценки зачета по дисциплине «Маркетинг»

Сумма баллов	Оценка	Характеристика
91-100	зачтено	глубокие и всесторонние знания дисциплины и умение творчески выполнять предложенные задания
74-90	зачтено	полные знания дисциплины и умение успешно выполнить предложенные задания
61-73	зачтено	знания дисциплины в объеме, достаточном для продолжения обучения, когда освоены основные понятия и закономерности, и умение в основном выполнить предложенные задания
0-60	не зачтено	значительные пробелы в знании дисциплины, когда не усвоены основные понятия и закономерности, неспособность выполнить предложенные задания

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

А. Основная литература

Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450426>

Шиловский, В.Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Н. Шиловский, А.В. Питухин, В.М. Костюкевич. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2015. — 272 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56614>. — Загл. с экрана.

Б. Дополнительная литература

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450037>

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450620>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

а) Интернет-ресурсы, библиотеки:

- электронные учебно-методические ресурсы (ЭУМР),
- электронный каталог Web ИРБИС;



- электронные библиотечные системы:
- ЭБС «Лань» – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>
- ЭБС «Юрайт» - Режим доступа: <https://biblio-online.ru> ;
- ЭБС IPRbooks- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
- ЭБС «Руконт» – Режим доступа: <http://lib.rucont.ru>
- доступ к информационным ресурсам «eLIBRARY», «УИС РОССИЯ», «Polpred.com».
- б) Справочная правовая система «Консультант Плюс».
- в) Научная поисковая система – ScienceTechnology.
- г) Официальный сайт ФГБУ «СПЕЦЦЕНТРУЧЕТ В АПК» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации - <http://www.specagro.ru/#/>.
- д) Система ЭИОС на платформе Moodle.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных:

- базы данных ФГБНУ «Росинформагротех» <https://www.rosinformagrotech.ru/databases>
- базы данных Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии «Росстандарт» <https://www.gost.ru/opendata>
- документографическая база данных ЦНСХБ АГРОС <http://www.cnsnb.ru/artefact3/ia/ia1.asp?lv=11&un=anonymous&p1=&em=c2R>
- международная информационная система по сельскому хозяйству и смежным с ним отраслям - AGRIS <http://agris.fao.org/agris-search/index.do>
- базы данных официального сайта ФГБУ «СПЕЦЦЕНТРУЧЕТ В АПК» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации - <http://www.specagro.ru/#/>

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Учебным планом при изучении дисциплины предусмотрены лекции и практические занятия, а также самостоятельная работа обучающихся.

Практические занятия проводятся с целью закрепления и более тщательной проработки материала по основным разделам дисциплины.

Чтобы получить необходимое представление о дисциплине и о процессе организации её изучения, целесообразно в первые дни занятий ознакомиться с рабочей программой дисциплины на платформе MOODLE или на сайте университета.

В процессе изучения дисциплины, обучающиеся должны составлять свой конспект лекций, а также ознакомиться с литературой, указанной в списке основной и дополнительной литературы.

Проверить степень овладения дисциплиной помогут вопросы для самопроверки и самоконтроля (вопросы к зачету), ответы на которые позволят студенту систематизировать свои знания, а также тесты, выложенные на платформе MOODLE в фонде оценочных средств по дисциплине.

Обучение студентов предусмотрено с применением ЭО и ДОТ. Технологии обучения: онлайн-курсы; прямая трансляция из аудиторий; электронные образовательные ресурсы; вебинары; взаимодействие через социальные сети, мессенджеры; взаимодействие по электронной почте; проведение лекций, практических занятий, лабораторных занятий и промежуточной аттестации через цифровые платформы (Microsoft Teams, Zoom и др.). Режимы дистанционного обучения: асинхронный, синхронный.



10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для формирования этапов компетенций у обучающихся в процессе изучения дисциплины «Маркетинг» применяются традиционные (пассивные) и инновационные (активные) технологии обучения в зависимости от уровня учебных целей с учетом различного сочетания форм организации образовательной деятельности и методов ее активизации с приоритетом на самостоятельную работу обучающихся.

Для успешного овладения дисциплиной используются информационные технологии обучения: при чтении лекций и проведении лабораторно-практических занятий используются презентации лекционного материала в программе Microsoft Office (Power Point), видеоматериалы различных интернет-ресурсов, осуществляется выход на профессиональные сайты.

Программное обеспечение:

- Операционная система Microsoft Windows Professional 10 Singl Upgrade Academic OLP 1 License No Level: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная).
- Операционная система Microsoft WinHome 10 Russian Academic OLP License No Level Legalization Get Genuine: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная).
- Пакет офисных приложений Microsoft Office 2016 Sngl Academic OLP License No Level: Лицензия 66734667 от 12.04.2016 (включает Word, Excel, PowerPoint) (бессрочная).
- Комплексная система антивирусной защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.250-499 Node 2 yeas Education Renewal License Лицензия № 2434-200303-114629-153-1071 от 03.03.2020 г.
- Учебный комплект КОМПАС-3DV15 на 50 мест, сублицензионный договор №642 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ от 04 декабря 2014 года, лицензия бессрочная.
- Система дистанционного обучения на платформе Moodle.
- Система Антиплагиат. ВУЗ. Лицензия GPLv3

Информационные справочные системы:

- Информационно-правовой портал ГАРАНТ – режим доступа: <http://www.garant.ru/> Электронный периодический справочник «ГАРАНТ-Максимум»
- Справочная правовая система «Консультант Плюс»

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3
Лекционные занятия		
Учебная аудитория для проведения групповых лекционных и практических занятий текущих консультаций, текущей и итоговой аттестации.	Мобильная мультимедийная установка: экран, ноутбук, колонки, доска, столы, стулья	<ul style="list-style-type: none">– Операционная система Microsoft Windows Professional 10 Singl Upgrade Academic OLP 1 License No Level: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная).– Операционная система Microsoft WinHome 10 Russian



		Academic OLP License No Level Legalization Get Genuine: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная). – Пакет офисных приложений Microsoft Office 2016 Sngl Academic OLP License No Level: Лицензия 66734667 от 12.04.2016 (включает Word, Excel, PowerPoint) (бессрочная). – Комплексная система антивирусной защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.250-499 Node 2 yeas Education Renewal License Лицензия № 2434-200303-114629-153-1071 от 03.03.2020 – Система дистанционного обучения на платформе Moodle.
Практические и лабораторные занятия		
Учебная аудитория для проведения групповых лекционных и практических занятий текущих консультаций, текущей и итоговой аттестации	Мобильная мультимедийная установка: экран, ноутбук, колонки, доска, столы, стулья	– Операционная система Microsoft Windows Professional 10 Sngl Upgrade Academic OLP 1 License No Level: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная). – Операционная система Microsoft WinHome 10 Russian Academic OLP License No Level Legalization Get Genuine: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная). – Пакет офисных приложений Microsoft Office 2016 Sngl Academic OLP License No Level: Лицензия 66734667 от 12.04.2016 (включает Word, Excel, PowerPoint) (бессрочная). – Комплексная система антивирусной защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.250-499 Node 2 yeas Education Renewal License Лицензия № 2434-200303-114629-153-1071 от 03.03.2020 – Система дистанционного обучения на платформе Moodle.
Самостоятельная работа		
Помещение для самостоятельной работы: 5114		
Читальный зал № 5207, 5208	Оснащены компьютерами с выходом в интернет	– Операционная система Microsoft Windows Professional 10 Sngl Upgrade Academic OLP 1 License No Level: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная). – Операционная система Microsoft WinHome 10 Russian Academic OLP License No Level Legalization Get Genuine: Лицензия



		№66734667 от 12.04.2016 г. (бессрочная). – Пакет офисных приложений Microsoft Office 2016 Sngl Academic OLP License No Level: Лицензия 66734667 от 12.04.2016 (включает Word, Excel, PowerPoint) (бессрочная). – Комплексная система антивирусной защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.250-499 Node 2 yeas Education Renewal License Лицензия № 2434-200303-114629-153-1071 от 03.03.2020 – Система дистанционного обучения на платформе Moodle.
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

12. Особенности обучения студентов с ограниченными возможностями здоровья

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предъявляются особые требования к организации образовательного процесса и выбору методов и форм обучения при изучении данной дисциплины.

Для обучения студентов с нарушением слуха предусмотрены следующие методы обучения:

- объяснительно-иллюстративный метод (лекция, работа с литературой);
- репродуктивный (студенты получают знания в готовом виде);
- программированный или частично-поисковый (управление и контроль познавательной деятельности по схеме, образцу).

Для повышения эффективности занятия используются следующие средства обучения:

- учебная, справочная литература, работа с которой позволяет развивать речь, логику, умение обобщать и систематизировать информацию;
- словарь понятий, способствующих формированию и закреплению терминологии;
- структурно-логические схемы, таблицы и графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, активизирующие различные виды памяти;
- раздаточный материал, позволяющий осуществить индивидуальный и дифференцированный подход, разнообразить приемы обучения и контроля;
- технические средства обучения.

Во время лекции используются следующие приемы:

- наглядность;
- использование различных форм речи: устной или письменной – в зависимости от навыков, которыми владеют студенты;
- разделение лекционного материала на небольшие логические блоки.

Учитывая специфику обучения слепых и слабовидящих студентов, соблюдаются следующие условия:

- дозирование учебных нагрузок;
- применение специальных форм и методов обучения, оригинальных учебников и наглядных пособий;

Во время проведения занятий происходит частое переключение внимания обучающихся с одного вида деятельности на другой. Также учитываются продолжительность непрерывной зрительной нагрузки для слабовидящих. Учет зрительной работы строго индивидуален.



Искусственная освещенность помещения, в которых занимаются студенты с пониженным зрением, оставляет от 500 до 1000 лк. На занятиях используются настольные лампы.

Формы работы со студентами с нарушениями опорно-двигательного аппарата следующие:

- лекции групповые (проблемная лекция, лекция-презентация, лекция-диалог, лекция с применением дистанционных технологий и привлечением возможностей интернета).

- индивидуальные беседы;

- мониторинг (опрос, анкетирование).

Конкретные виды и формы самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем самостоятельно. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляются с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.



ФГБОУ ВО Уральский ГАУ

Рабочая программа учебной дисциплины
«Маркетинг»

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
на 2023-2024 учебный год**

Внести в рабочую программу следующие изменения и дополнения:

Внести изменения и дополнения в П.7 на основании обновленного обеспечения образовательного процесса учебной и учебно-методической литературой.

1. Шиловский, В. Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования: учебное пособие / В. Н. Шиловский, А. В. Питухин, В. М. Костюкевич. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 272 с. — ISBN 978-5-8114-1835-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/211844> (дата обращения: 31.01.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Изменения к рабочей программе учебной дисциплины согласованы на заседании учебно-методической комиссии факультета инженерных технологий, протокол № 05 от 14.02.2023 г.

Изменения к рабочей программе учебной дисциплины утверждены на заседании ученого совета факультета инженерных технологий, протокол № 89 от 14.02.2023 г.

Руководитель образовательной программы

Г.А. Иовлев

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
Кафедра «Сервис транспортных и технологических машин и оборудования в
АПК»**

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.О.19 «Маркетинг»

**для направления подготовки «Эксплуатация транспортно-технологических
машин и комплексов»,**

**профиль «Сервис транспортных и транспортно-технологических машин и
оборудования (сельское хозяйство)».**

Бакалавриат

Екатеринбург 2021 г.

1. Модели контролируемых компетенций:

1.1. Компетенции формируемые в процессе изучения дисциплины:

Индекс	Формулировка компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
ОПК-2	Способен осуществлять профессиональную деятельность с учётом экономических, экологических и социальных ограничений на всех этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов

1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых в т. ч. на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций:

Изучение дисциплины «Маркетинг» основывается на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплины «Философия», Управление техническими системами, Введение в профессиональную деятельность, Введение в механику.

Полученные знания, умения, навыки используются студентами в процессе изучения таких дисциплин, как Экология, выполнении и защите выпускной квалификационной работы.

2. В результате изучения дисциплины «Маркетинг» обучающийся должен:

2.1. Знать:

Знать:

- задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи
- экономические, экологические и социальные ограничения *при проектировании* технологий технического сервиса, предприятий технического сервиса

Уметь:

- находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи;
- рассматривать возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки
- Определять *значение* экономических, экологических и социальных ограничений на разных этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов

Владеть:

- умением грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки. Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности
- умением определять и оценивать последствия возможных решений задачи
- умением решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе знаний экономических, экологических и социальных ограничений

3. Программа оценивания контролируемой компетенции:

№	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	«Маркетинг и его роль в оказании услуг»	УК-1, ОПК-2	Тест
2	«Планирование маркетинга»	УК-1, ОПК-2	Тест

* Наименование темы (раздела) или тем (разделов) берется из рабочей программы дисциплины.

** В графу наименование оценочного средства в обязательном порядке входит способ осуществления оценки компетенции (части контролируемой компетенции) (устно, письменно, компьютерные технологии и др.).

3.1. Программа текущего оценивания контролируемой компетенции:

Текущий контроль оценки формирования и реализации компетенции производится на основании материала контролируемых модулей.

Для текущего контроля реализации компетенций разработаны следующие вопросы:

1. Что такое маркетинг в сфере рынка товаров и услуг агросервисных предприятий это:
2. Цели и задачи маркетинга ориентированного на потребителя это:
3. Цели и задачи маркетинга, ориентированного на продукт это:
4. Цели и задачи интегрированного маркетинга это:
5. Аналитическая функция маркетинга это:
6. Сбытовая функция маркетинга это:
7. Производственная (созидательная) функция маркетинга это:
8. Функция управления и контроля маркетинга это:
9. Объективистский метод маркетингового исследования это:
10. Субъективистский метод маркетингового исследования это:
11. Байесианский метод маркетингового исследования это:
12. Проект маркетингового исследования может иметь цели:
13. Система маркетинговой информации это:
14. Система планирования маркетинга это:
15. Система организации маркетинга это:
16. Система маркетингового контроля это:
17. Маркетинговые средства это:
18. Какова служба сервиса заводов – изготовителей ремонтно – технических предприятий АПК:
19. Перечислите основные функции маркетинговой службы в предпродажный период обслуживания техники:
20. Перечислите основные функции маркетинговой службы в гарантийный период обслуживания техники
21. Перечислите основные функции маркетинговой службы в послегарантийный период обслуживания техники
22. Варианты целей маркетинга
23. Рыночные функции цены
24. Цена товара имеет схему:
25. Чистая конкурентность рынка это:
26. Чистая монополия это:
27. Монополистическая конкуренция это:
28. Олигополия это:
29. Уровни емкости рынка. Концентрация на единственном сегменте это:
30. Уровни емкости рынка. Ориентация на покупательскую потребность это: (всего 120 вопросов)

На основании вопросов разработаны тесты для контроля реализации компетенции:

31. Что такое маркетинг в сфере рынка товаров и услуг агросервисных предприятий это:

- А) вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена
- Б) это создание того, что мы можем продать, а не сбыть того, что можем изготовить
- В) это искусство предложить потребителям товар или услугу, которая будет пользоваться

спросом

Г) и то и другое, и третье

32. Цели и задачи маркетинга ориентированного на потребителя это:

А) компания, которая при разработке маркетинговой стратегии ориентируется на активное формирование и развитие ценностных предпочтений потребителя и предлагает своим целевым потребителям наивысшую ценность

Б) применяется, когда деятельность предприятия нацелена на создание нового товара или усовершенствования выпускаемого

В) направлена на два основных компонента, обеспечивающих предприятию рост доходов в современных условиях (на продукт, на потребителя)

Г) усовершенствовать комплекс послепродажной поддержки товаров

33. Цели и задачи маркетинга, ориентированного на продукт это:

А) применяется, когда деятельность предприятия нацелена на создание нового товара или усовершенствования выпускаемого

Б) компания, которая при разработке маркетинговой стратегии ориентируется на активное формирование и развитие ценностных предпочтений потребителя и предлагает своим целевым потребителям наивысшую ценность

В) усовершенствовать комплекс послепродажной поддержки товаров

Г) направлена на два основных компонента, обеспечивающих предприятию рост доходов в современных условиях (на продукт, на потребителя)

34. Цели и задачи интегрированного маркетинга это:

А) направлена на два основных компонента, обеспечивающих предприятию рост доходов в современных условиях (на продукт, на потребителя)

Б) применяется, когда деятельность предприятия нацелена на создание нового товара или усовершенствования выпускаемого

В) компания, которая при разработке маркетинговой стратегии ориентируется на активное формирование и развитие ценностных предпочтений потребителя и предлагает своим целевым потребителям наивысшую ценность

Г) нацеленность на выпуске нового товара и усовершенствование выпускаемого

3.1.1. Критерии оценивания тестов при текущем контроле:

Из четырёх ответов обучаемый должен выбрать **один** правильный.

Оценка	Критерии оценки
«Отлично»	92-100% правильных ответов
«хорошо»	73-91% правильных ответов
«удовлетворительно»	52-72% правильных ответов
«неудовлетворительно»	51% и менее правильных ответов

3.2. Программа промежуточной аттестации

3.2.2. Критерии оценивания устного опроса при промежуточном контроле (зачет):

Для промежуточной аттестации по всем модулям дисциплины разрабатываются билеты.

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет транспортно-технологических машин и сервиса
Кафедра Сервис транспортных и технологических машин и оборудования в АПК

Направление 23.03.03. Эксплуатация
транспортно-технологических машин и
комплексов
Билет № 2

Дисциплина «Маркетинг»
Форма обучения – очная, заочная

1. Охарактеризовать сбытовую функцию маркетинга
2. Перечислите и охарактеризуйте основные функции маркетинговой службы в предпродажный период обслуживания техники:

Составил: _____ **В.С. Зорков**
(подпись)

«___» _____ 20__ год

Утверждаю:
Зав.кафедрой _____ **Г.А. Иовлев**
(подпись)

«___» _____ 20__ год

Критерии оценки на зачете

Результат зачета	Критерии
«зачтено» Min 22– max 36 баллов	Обучающийся показал знания основных положений учебной дисциплины, умение решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты расчетов или эксперимента
«не зачтено» Меньше 22 балло	При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

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

Оценка знаний по дисциплине «**Маркетинг**» проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- практические занятия;
- тестирование;
- зачет.

По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);
- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра.

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме зачета.

Итоговая оценка по дисциплине складывается из:

- Баллов за работу на лекциях
- Баллов, полученных при выполнении тестовых заданий по модулям (темам)
- Баллов, полученных на зачете

Вид испытания	Квалиметрия	Критерии оценки компетенции
Лекции (работа на лекции)	1,6 балла/занятие (max количество баллов – 32).	Знает: - задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи - экономические, экологические и социальные ограничения <i>при проектировании</i> технологий

		<p>технического сервиса, предприятий технического сервиса</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; - рассматривать возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки - Определять <i>значение</i> экономических, экологических и социальных ограничений на разных этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - у м е н и е м грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки. Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности - умением определять и оценивать последствия возможных решений задачи -умением решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе знаний экономических, экологических и социальных ограничений
Тестирование по модулю (темам)	<p>– «5» (92-100%)– 2,7 балла/занятие (max количество баллов – 32);</p> <p>- «4» (73-91%) – 2,2 балла/занятие (количество баллов – 26);</p> <p>- «3» (52-72%) – 1,6 балла/занятие (min количество баллов – 19).</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи - экономические, экологические и социальные ограничения <i>при проектировании</i> технологий технического сервиса, предприятий технического сервиса <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; - рассматривать возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки - Определять <i>значение</i> экономических, экологических и социальных ограничений на разных этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - у м е н и е м грамотно, логично, аргументировано формировать собственные суждения и оценки. Отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности - умением определять и оценивать последствия возможных решений задачи -умением решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе знаний экономических, экологических и социальных ограничений
Зачет – устный опрос	<p>«зачтено»</p> <p>Min 22– max 36 баллов</p>	<p>Обучающийся показал знания основных положений учебной дисциплины, умение решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты расчетов или эксперимента</p>
	<p>«не зачтено»</p>	<p>При ответе обучающегося выявились существенные</p>

	Меньше 22 баллов	пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины
--	------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Таблица перевода баллов в традиционную систему оценок.

Баллы	Оценка		
	Полная запись	Сокращённая запись	Числовой эквивалент
61-100	Зачёт	Зачёт	-
0-60	Не зачёт	Не зачёт	-

По результатам таблицы выставляется итоговая оценка в зачётную книжку.