ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ: Директор института Институт медиа и социальногуманитарных наук

Засетронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота (Ожно-Уранского государственного университета СЕВДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдан: Лободенко Л К. Пользователь: lobodenkok Дата подписание: 941 1.2021

Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.25 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью уровень Бакалавриат форма обучения заочная кафедра-разработчик Менеджмент

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика, к.экон.н., доц.

Разработчик программы, старший преподаватель (-)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления к.пед.н., доц.





А. Б. Левина

Т. Е. Коновалова

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборога Южно-Уральского государственного университета СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдант Льсчагина И. Н. Пользователь: lychaginain Вата полительнуе ОВ 12/021

И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Основная цель курса — вооружить будущих специалистов знаниями, с помощью которых моделируется и создается информационно-аналитическое обеспечение маркетинговой деятельности предприятия. Необходимо привить студентам навыки практической деятельности по сбору, обработке, анализу и хранению маркетинговой информации. Задачи дисциплины: — получение навыков системного подхода к анализу рыночных объектов, процессов и явлений в сфере деятельности предприятий и организаций; — освоение методов маркетингового анализа, полученных результатов; — ознакомление с функциями, выполняемыми маркетингом на предприятии; — определение роли отдельных составляющих в комплексе маркетинговых мероприятий; — формирование знаний, умений и навыков разработки маркетингового плана компании

Краткое содержание дисциплины

Основные понятия и принципы маркетинговых исследований. Маркетинговая информация. Правовые основы маркетинговых исследований. Этика маркетинговых исследований. Постановка задачи маркетингового исследования. Разработка программы исследования. Реализация исследования. Методы сбора информации при проведении маркетинговых исследований. Обработка и анализ информации. Представление результатов исследования Маркетинговая информационная система. Программы, поддерживающие работу по организации и проведению маркетинговых исследований. Ситуационный анализ

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения	Планируемые результаты
ОП ВО (компетенции)	обучения по дисциплине
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Знает: "Виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, информационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований; " Умеет: Выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации; Имеет практический опыт: Использования методов информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и	Знает: Принципы социальной ответственности,
последствия своей профессиональной	типовые эффекты и последствия
деятельности, следуя принципам социальной	профессиональной деятельности

ответственности	Умеет: Осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии Имеет практический опыт: Применения навыков поведения, соответствующего социальной ответственности, типовым эффектам и
	ответственности, типовым эффектам и
	последствий профессиональной деятельности

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1 2	1
1.О.17 Информатика, ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработке медиапродукта	1.О.34 Медиапланирование, 1.О.26 Информационные технологии и интеллектуальные системы в гуманитарной сфере, 1.О.30 Технологии рекламы и связей с общественностью

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
	Знает: Основные информационно-
	коммуникационные технологии, современные
	компьютерные технологии, аппаратное и
	программное обеспечение., Понятие и основные
	свойства информации, методы поиска,
	получения, обработки, анализа и синтеза
	информации. Умеет: Выбирать и применять
	адекватные информационные технологии для
	решения практических задач профессиональной
	деятельности, выбирать методы,
	соответствующие целям и задачам исследования,
	использовать современные информационные
	технологии и технические средства.,
1.О.17 Информатика	Осуществлять поиск необходимой информации,
	анализировать полученную информацию и
	принимать решения на основе полученной информации. Применять системный подход для
	решения поставленных задач профессиональной
	деятельности. Имеет практический опыт: Работы
	с компьютером как средством управления
	информацией, навыками практического
	использования современных информационно-
	коммуникационных технологий, навыками
	работы с современными техническими
	средствами., Поиска, обработки, анализа, синтеза
	информации при решении задач
	профессиональной деятельности. Применения
	системного подхода для решения поставленных

	задач.
ФД.01 Аудиовизуальные технологии в разработк медиапродукта	Знает: особенности функционирования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий Умеет: создавать рекламные и

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 з.е., 216 ч., 39,75 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах Номер семестра			
05	216	100	5		
Общая трудоёмкость дисциплины	216	108	108		
Аудиторные занятия:	24	12	12		
Лекции (Л)	8	4	4		
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	8	8		
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0		
Самостоятельная работа (СРС)	176,25	89,75	86,5		
с применением дистанционных образовательных технологий	0				
Подготовка к зачету	33,75	33.75	0		
Подготовка доклада по теме и анкеты-1	30	30	0		
Подготовка к практическим занятиям-2	16	0	16		
Подготовка к текущему тестированию-2	10	0	10		
Подготовка курсовой работы	40	0	40		
Подготовка к экзамену	20,5	0	20.5		
Подготовка к практическим занятиям-1	16	16	0		
Подготовка к текущему тестированию-1	10	10	0		
Консультации и промежуточная аттестация	15,75	6,25	9,5		
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	экзамен,КР		

5. Содержание дисциплины

№	Наименование разлелов лисшиплины 133		Объем аудиторных занятий по видам в часах			
раздела		Всего	Л	П3	ЛР	
1	Основные понятия и принципы маркетинговых исследований. Правовые основы маркетинговых исследований. Маркетинговая информация.	4	2	2	0	

2	Процедура маркетинговых исследований. Разработка программы исследования	4	2	2	0
3	Методы сбора информации при проведении маркетинговых исследований	4	0	4	0
4	Обработка и анализ информации. Представление результатов исследования	6	2	4	0
5	Маркетинговая информационная система. Программы, поддерживающие работу по организации и проведению маркетинговых исследований	2	0	2	0
6	Ситуационный анализ	4	2	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Основные понятия и принципы маркетинговых исследований. Маркетинговая информация. Правовые основы маркетинговых исследований. Этика маркетинговых исследований	2
2	2	Процедура маркетинговых исследований. Постановка задачи маркетингового исследования. Объект, предмет, цели и задачи маркетингового исследования. Разработка программы исследования.	2
3	4	Обработка и анализ информации при проведении качественных и коллическтвенных исследований. Представление результатов исследования, рекомендации.	2
4	1 n	Маркетинговая среда компании. Ситуационный анализ: методы анализа. PEST-анализ. SWOT-анализ. Выбор стратегии.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1		Ситуации требующие проведения маркетинговых исследований. Виды маркетинговой информации (внутренняя, внешняя). Источники получения маркетинговой информации	2
2		Процедура маркетинговых исследований. Этапы. Постановка задачи маркетингового исследования. Разработка программы маркетингового исследования, построение плана.	2
3	3	Методы сбора информации при проведении маркетинговых исследований. Кабинетные исследования.	2
4	3	Методы сбора информации при проведении маркетинговых исследований. Полевые исследования	2
5	4	Обработка результатов тестирования, опресов, наблюдения.	2
6	4	Обработка результатов исследования - аналитические выводы, рассчеты, описательные методы. Разработка структуры отчета, визуализация результатов, рекомендации	2
7	•	Практикум по работе с программами, поддерживающими работу по организации и проведению маркетинговых исследований	2
8	6	Кейс: Маркетинговая среда компании. PEST-анализ. SWOT-анализ. Выбор стратегии.	2

5.3. Лабораторные работы

5.4. Самостоятельная работа студента

	Выполнение СРС		
	Список литературы (с указанием		Кол-
Подвид СРС	разделов, глав, страниц) / ссылка на	Семестр	во
	ресурс		часов
Подготовка к зачету	Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт	4	33,75
Подготовка доклада по теме и анкеты-1	Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт	4	30
Подготовка к практическим занятиям-2	Чернышева, А. М. Маркетинговые	5	16

	T		
	исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8568-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт		
Подготовка к текущему тестированию-2	Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8568-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт	5	10
Подготовка курсовой работы	Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021.	5	40

Подготовка к экзамену	— 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8568-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 215 с. — (Высшее. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 215 с. — (Выстеровательство Юрайт, 2021. — 215 с. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 215 с. — (Выстеровательство Юрайт, 2021. — 215 с. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 215 с. — (Выстеровательство Юрайт, 2021. — 215 с. —	5	20,5
Подготовка к практическим занятиям-1	315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт	4	16

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ KM	Се-	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Bec	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи- тыва- ется в ПА
1	4	Текущий контроль	Контрольная точка по практическим занятиям (раздел 1,2)	1	10	Максимальный балл — 10: всего 2 практических работы, каждая работа оценивается максимально 5 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1 Критерии оценивания выполнения каждой практической работы: 5 балла — задание практической работы выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении. 4 балла - задание практической работы выполнено полностью, студент пассивен в обсуждении 3 балла - задание практической работы выполнено полностью (50-70%); студет представил задания без пояснения. 2 балла - задание практической	зачет

					работы выполнено не полностью (30-49%) и с нарушением графика представления работы. 1 балла – практическая работа выполнена не полностью (до 30%) 0 баллов - работа не представлена Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)		
2	4	Текущий контроль	Тест-1	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов -10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование -20 минут. Максимальное количество баллов — 10. Весовой коэффициент мероприятия — 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	зачет
3	4	Текущий контроль	Контрольная точка по практическим занятиям (раздел 3)	1	10	Максимальный балл — 10: всего 2 практических работы, каждая работа оценивается максимально 5 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1 Критерии оценивания выполнения каждой практической работы: 5 балла — задание практической работы выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении. 4 балла - задание практической работы выполнено полностью, студент пассивен в обсуждении 3 балла - задание практической работы выполнено не полностью (50-70%); студет представил задания без пояснения. 2 балла - задание практической работы выполнено не полностью (30-49%) и с нарушением графика представления работы. 1 балла — практическая работа выполнена не полностью (до 30%) 0 баллов - работа не представлена	зачет

						<u> </u>	
						Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	
4	4	Текущий контроль	Тест 1_2	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов — 10. Весовой коэффициент мероприятия — 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	зачет
5	4	Текущий контроль	Доклад по теме	1	15	Тема задания выбирается из типовых тем и согласовывается с преподавателем. Подготовка проводится в рамках самостоятельной работы. Результаты задания оформляются в пояснительной записке (в электронном виде). Показатели и критерии оценивания задания: 1. Подготовка презентации: умение доступно и понятно отразить исходные данные, применяемые методы и результаты; количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления; соответствие оформления презентации установленным требованиям. 2. Доклад и защита: 9-10 баллов: тема раскрыта в полном объеме, представлен развернутый анализ конкретной ситуации и даны аргументированные рекомендации; на все дополнительные вопросы даны четкие, аргументированные ответы 7-8: тема раскрыта в полном объеме, представлен развернутый анализ конкретной ситуации и даны аргументированные рекомендации, но были допущены незначительные неточности; на дополнительные	зачет

							вопросы были даны неполные или недостаточно аргументированные ответы 4-6 баллов: тема раскрыта не в полном объеме, представлен недостаточно подробный анализ конкретной ситуации, рекомендации отсутствуют или недостаточно аргументированы; на дополнительные вопросы даны неточные или не раскрывающие сути проблемы ответы 0-3 баллов: тема раскрыта не в полном объеме, представлен недостаточно подробный анализ конкретной ситуации, рекомендации отсутствуют или недостаточно аргументированы; обучающиеся отказываются отвечать на дополнительные вопросы или дают неверные ответы. Выполненное задание загружается в электронную среду (ЮУрГУ 2.0) При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Подготовка презентации — 1-5 баллов 2. Доклад и защита — 1-10 баллов Максимальное количество баллов — 15. Весовой	
							коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	
6	4	Текущий контроль	Дизайн анкеты	1	4	5	(9 баллов) Максимальный балл — 5. Весовой коэффициент мероприятия - 1 Критерии оценивания выполнения работы: 5 балла — задание выполнено полностью, блоки расположены логично, использованы различные типы вопросов, есть комментарии для исследователя. 4 балла - задание выполнено полностью, блоки расположены логично, использованы различные типы вопросов, не внесены комментарии для исследователя 3 балла - задание работы выполнено не полностью (50-70%);	

						2 балла - задание работы выполнено не полностью (30-49%) и с нарушением графика представления работы. 1 балла — работа выполнена не полностью (до 30%) 0 баллов - работа не представлена Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	
7	4	Проме- жуточная аттестация	Зачетный тест	1	40	При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 20 (каждый вопрос 2 балла), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 40 минут. Максимальное количество баллов — 40. Весовой коэффициент мероприятия - 1. Проходной балл - 24. Зачтено: величина рейтинга обучающего по дисциплине 60 100 % Не зачтено: величина рейтинга обучающего по дисциплине 0 59%	зачет
8	5	Текущий контроль	Контрольная точка по практическим занятиям (раздел 4,5)	1	15	Максимальный балл — 15: всего 3 практических работы, каждая работа оценивается максимально 5 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1 Критерии оценивания выполнения каждой практической работы: 5 балла — задание практической работы выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении. 4 балла - задание практической работы выполнено полностью, студент пассивен в обсуждении 3 балла - задание практической работы выполнено не полностью (50-70%); студет представил задания без пояснения. 2 балла - задание практической работы выполнено не полностью (30-49%) и с нарушением графика представления работы. 1 балла — практическая работа	экзамен

9	5	Текущий контроль	Тест-2	1	10	выполнена не полностью (до 30%) 0 баллов - работа не представлена Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (9 баллов) При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов — 10. Весовой коэффициент мероприятия — 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	экзамен
10	5	Текущий контроль	Контрольная точка по практическим занятиям (раздел 6)	1	5	Максимальный балл — 5: всего 1 практическая работа, каждая работа оценивается максимально 5 баллов. Весовой коэффициент мероприятия - 1 Критерии оценивания выполнения каждой практической работы: 5 балла — задание практической работы выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении. 4 балла - задание практической работы выполнено полностью, студент пассивен в обсуждении 3 балла - задание практической работы выполнено не полностью (50-70%); студет представил задания без пояснения. 2 балла - задание практической работы выполнено не полностью (30-49%) и с нарушением графика представления работы. 1 балла — практическая работа выполнена не полностью (до 30%) 0 баллов - работа не представлена Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	экзамен

						(3 баллов)	
11	5	Текущий контроль	Тест 2_2	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов — 10. Весовой коэффициент мероприятия — 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	экзамен
12	5	Текущий контроль	Самостоятельна работа_SWOT- анализ	1	10	Максимальный балл — 10 Критерии оценивания: 0 — Работа не представлена +1 — Работа представлена, файл прикреплен в Электронный ЮУрГУ +1 — Работа представлена в соответствии с графиком +2 — содержание соответствует поставленному заданию; +1 — представлено описание сильных сторон + 1 — представлено описание слабых сторон +1 — представлено описание угроз +1 — представлено описание возможностей +1 — понятен объект (предприятие) +1 — язык описания научный. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	экзамен
13	5	Текущий контроль	Самостоятельная работа_PEST- анализ	1	10	Максимальный балл — 10 Критерии оценивания: 0 — Работа не представлена +1 — Работа представлена, файл прикреплен в Электронный ЮУрГУ +1 — Работа представлена в соответствии с графиком +2 — содержание соответствует поставленному заданию; +1 — представлено описание политических факторов + 1 — представлено описание	экзамен

						экономических факторов +1 — представлено описание социально-культурных факторов +1 — представлено описание технологических факторов +1 — понятен объект (предприятие) +1 — язык описания научный. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (6 баллов)	
14	5	Проме- жуточная аттестация	экзаменационный тест	1	40	При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 40 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 60 минут. Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Тест выполнен, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% (4 балла) Отлично: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85 100% Хорошо: величина рейтинга обучающего по дисциплине 7584% Удовлетворительно: величина рейтинга обучающего по дисциплине 6074% Неудовлетворительно: величина рейтинга обучающего по дисциплине ейтинга обучающего по дисциплине 6074%	экзамен
15	5	Курсовая работа/проект	Курсовая работа	1	100	При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Показатели оценивания: Качество курсовой работы: Максимальное количество баллов 40 33-40 баллов — курсовая работа имеет логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными положениями	кур- совые работы

27-32 балла – КР имеет грамотно изложенную теоретическую главу, в ней представлены достаточно подробный анализ и критический разбор практической деятельности, последовательное изложение материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными положениями 20-26 балла – КР имеет теоретическую главу, базируется на практическом материале, но имеет поверхностный анализ, в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные положения Менее 20 баллов – пояснительная записка не имеет анализа, не отвечает требованиям, изложенным в методических рекомендациях кафедры. В работе нет выводов либо они носят декларативный характер.

Защита курсовой работы: Максимальное количество баллов 20 16-20 балла – при защите студент показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения, легко отвечает на поставленные вопросы 12-15 балла – при защите студент показывает знание вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по теме исследования, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы 8-12 балл – при защите студент проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не всегда дает исчерпывающие аргументированные ответы на заданные вопросы Менее 8 баллов – при защите студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы по ее теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки

Оформление работы
14-20 баллов - студент выполнил
требования ГОСТ по оформлению
8-14 балла – студент
продемонстрировал знание ГОСТа, но

 , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
присутствуют ошибки
Менее 8 баллов - студент допустил
многочисленные ошибки при
оформлении
0 баллов – оформление отсутствует
Проверка курсовой работы на
заимствование
Максимальное количество баллов –
20
Свыше 75% оригинальности – 20 баллов
70-75% оригинальности – 15 баллов
60-70% оригинальности – 10 баллов
51-60% оригинальности – 5 баллов
Менее 50% оригинальности –
курсовая работа не допускается к
защите
Итоговая оценка по курсовой работе:
Максимальное количество баллов –
100.
Отлично: величина рейтинга
обучающегося по дисциплине 85
100%
Хорошо: величина рейтинга
обучающего по дисциплине 7584%
Удовлетворительно: величина
рейтинга обучающего по дисциплине
6074%
Неудовлетворительно: величина
рейтинга обучающего по дисциплине
059%

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Не предусмотрены

6.3. Оценочные материалы

16	D	№ KM												
Компетенции	Результаты обучения	1	2	3 4	56	5 7	8	9	10	11	12	13	14	15
ОПК-6	Знает: "Виды, формы массовой коммуникации, структуру и функции СМК и СМИ, инфор-мационно-коммуникационные технологии в сфере массовой коммуникации, законы и этические стандарты регулирования взаимотношений СМИ и общества, требования к информационной безопасности; - основные теоретические понятия сферы маркетинговых исследований; "	+-	+	+	-	+	_	+	+	+			+	+
ОПК-6	Умеет: Выполнять аналитические и организационные работы с применением информационно-коммуникационных технологий, собирать и систематизировать социальную информацию по массовой коммуникации;	+	-	+	_	+	- -+		+	+	+	+	+	

ОПК-6	Имеет практический опыт: Использования методов информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач	+	F		+	+-	+	+	+	+	+	+
ОПК-7	Знает: Принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности		+	+	-	+	+				+	+
ОПК-7	Умеет: Осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии		F	+	-	+			+	+	+	+
ОПК-7	Имеет практический опыт: Применения навыков поведения, соответствующего социальной ответственности, типовым эффектам и последствий профессиональной деятельности			+		+			+	+	+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

- б) дополнительная литература:
 - 1. Маркетинг в России и за рубежом 16+ 3AO "Финпресс" журнал. М., 1997-
- в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке: Не предусмотрены
- г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:
 - 1. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы

Электронная учебно-методическая документация

Nº	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
Ш	Основная питература	Электронная библиотека Юрайт	Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/bcode/468895

_		1	·
2	Основная литература	Электронная библиотека Юрайт	Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/bcode/425844
3	Основная литература	Электронная библиотека Юрайт	Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/bcode/469861
4	Дополнительная литература	Электронная библиотека Юрайт	Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/bcode/470338
5	Дополнительная литература	Электронная библиотека Юрайт	Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8568-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru/bcode/471131

Перечень используемого программного обеспечения:

- 1. Microsoft-Office(бессрочно)
- 2. ООО КУРС-Информационно-аналитический комплекс "MARKETING ANALIC 6"(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "Гарант Урал Сервис" - Гарант (бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары		рабочие места: столы, стулья, компьютеры с выходом в интернет и доступом к ЭБС
Лекции	450 (1)	Коппьютер с выходом в интернет, проектор, экран
Самостоятельная работа студента		рабочие места: столы, стулья, компьютеры с выходом в интернет и доступом к ЭБС