ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00A2C30F99EF9D0306EA3C0F012BEB925E
Владелец: Чанкаев Мурат Хасанович
Действителен: с 02.04.2026 до 26.06.2027

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Факультет экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ

И. о. проректора по УР

М. Х. Чанкаев

«29» апреля 2026 г., протокол № 7

Рабочая программа дисциплины

М А Р К Е Т И Н Г
(наименование дисциплины (модуля)

Направление подготовки

09.03.03 Прикладная информатика

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

«Прикладная информатика в экономике»

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная / заочная

Год начала подготовки - 2023
(по учебному плану)

Карачаевск, 2026

Программу составил(а): *стар. преподаватель Токова Ф.А.*

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 сентября 2017 г. № 922 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования» - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика» с изменениями и дополнениями от 8 февраля 2021 г., образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль – Прикладная информатика в экономике; локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики и прикладной информатики на 2026-2027 уч. год, протокол № 8 от 15.04. 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1.Наименование дисциплины (модуля)....4

2.Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы....4

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся....5

5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий....6

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий....6

(в академических часах)....6

5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий....7

5.3. Примерная тематика курсовых работ....7

6. Образовательные технологии....7

7.2.Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы....11

7.2.1.Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям....11

7.2.2. Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачету)....12

7.2.3. Бально-рейтинговая система оценки знаний бакалавров....13

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплин....14

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)....15

10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья....16

11. Лист изменений в РПД....17

1.Наименование дисциплины (модуля)

М а р к е т и н г

Целью изучения дисциплины является; приобретение студентами теоретических знаний по маркетингу, а также формирование практических навыков использования различных инструментов маркетинга в деятельности организации.

Для достижения цели ставятся задачи:

- изучение особенностей использования в управлении организацией принципов маркетинга, концепций и видов маркетинга;
- изучение основных этапов процесса маркетингового исследования;
- ознакомление с критериями сегментации потребителей различных рынков;
- изучение основных источников маркетинговой информации, необходимых для принятия управленческих решений;
- формирование умений собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность организаций;
- формирование умений анализировать рынок программно-технических средств;
- овладение навыками сбора маркетинговой информации с помощью различных методов;
- формирование навыков разработки концепции нового информационного продукта.

Цели и задачи дисциплины определены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Прикладная информатика» - 09.03.03.

2.Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина(модуль) относится к блоку 1 и реализуется в рамках дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02.02

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре

.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП	
Индекс	Б1.В.ДВ.02.02
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Данная учебная дисциплина является дисциплиной по выбору и опирается на входные знания, умения и компетенции ,полученные по основным экономическим дисциплинам изучаемым в бакалавриате: «Экономическая теория», «Менеджмент», «Экономика и организация предприятия», «Информатика и программирование» и др.	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Курс «Маркетинг» является основой для последующего изучения таких дисциплин как «Бухгалтерский учет», «Финансы и кредит», «Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы». Также, полученные знания в процессе изучения дисциплины ,позволят успешно пройти виды практик.	

3.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ООП	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
ПК-1	Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе	ПК-1.1. Знает методику проведения обследования организации и выявления информационных потребностей пользователей ПК-1.2 Умеет выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе ПК-1.3 Владеет методикой обследования организации и выявления информационных потребностей пользователей	**Знать:** методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе. **Уметь**: проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе. **Владеть:** навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе

4. **Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет ___2___ЗЕТ, _72_ академических часа.

Объём дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)	36	8
Аудиторная работа (всего):	36	8
в том числе:		
лекции	18	4
семинары, практические занятия	18	4
практикумы		
лабораторные работы		
Внеаудиторная работа:		
курсовые работы		
консультация перед экзаменом		

Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	36	60
Контроль самостоятельной работы		4
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	Зачет	Зачет

5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

ДЛЯ ОЧНОЙ ФОРМЫ

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)					
		всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа	Планируемые результаты обучения	Формы текущего контроля
			Лек	Пр	Лаб			
	Раздел 1 Основные понятия и концепции маркетинга							
	Тема: Понятие и сущность маркетинга ,его цели ,задачи и принципы	8	2	2		4	ПК-1	Доклад с презентацией
1.	Тема: Система маркетинговых исследований	8	2	2		4	ПК-1	Блиц-опрос
2.	Тема: Основы товарной политики	8	2	2		4	ПК-1	Реферат
3.	Тема: Задачи и политика ценообразования	8	2	2		4	ПК-1	Творческое задание
4.	Тема: Товародвижение и торговля	8	2	2		4	ПК-1	Тест
5.	Тема: Поведение потребителей	8	2	2		4	ПК-1	Реферат
6.	Тема: Рынок и его роль в маркетинге	8	2	2		4	ПК-1	Тест
7.	Тема:.Конкуренция и конкуренты	8	2	2		4	ПК-1	Реферат
8.	Тема: Маркетинговые коммуникации	8	2	2		4	ПК-1	Тест
	Всего	**72**	**18**	**18**		**36**		

ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)					
		всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа	Планируемые результаты обучения	Формы текущего контроля
			Лек	Пр	конт			
	Раздел 1 Основные понятия и концепции маркетинга							
	Тема: Понятие и сущность маркетинга ,его цели ,задачи и принципы	6	4	4	4	6	ПК-1	Доклад с презентацией
2	Тема: Система маркетинговых исследований	8	2			6	ПК-1	Блиц-опрос
3	Тема: Основы товарной политики	8				8	ПК-1	Реферат
4	Тема: Задачи и политика ценообразования	8		2		6	ПК-1	Творческое задание
5	Тема: Товародвижение и торговля	8	2			6	ПК-1	Тест
6	Тема: Поведение потребителей	8				8	ПК-1	Реферат
7	Тема: Рынок и его роль в маркетинге	8				8	ПК-1	Тест
8	Тема:.Конкуренция и конкуренты	8		2		6	ПК-1	Реферат
9.	Тема: Маркетинговые коммуникации	6				6	ПК-1	Тест
	Всего	**72**	**4**	**4**	**4**	**60**		

5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены

5.3. Примерная тематика курсовых работ

Учебным планом не предусмотрены

6. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе лекционных и практических (семинарских, лабораторных) занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных

занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения.

Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерских качеств при проведении учебных занятий.

Практические (семинарские занятия относятся к интерактивным методам обучения и обладают значительными преимуществами по сравнению с традиционными методами обучения, главным недостатком которых является известная изначальная пассивность субъекта и объекта обучения.

Практические занятия могут проводиться в форме групповой дискуссии, «мозговой атаки», разборка кейсов, решения практических задач и др. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить участников, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

Методические рекомендации по проведению различных видов практических (семинарских) занятий.

1.Обсуждение в группах

Групповое обсуждение какого-либо вопроса направлено на нахождении истины или достижение лучшего взаимопонимания, Групповые обсуждения способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

На первом этапе группового обсуждения перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого обучающиеся должны подготовить аргументированный развернутый ответ.

Преподаватель может устанавливать определенные правила проведения группового обсуждения:

-задавать определенные рамки обсуждения (например, указать не менее 5…. 10 ошибок);

-ввести алгоритм выработки общего мнения (решения);

-назначить модератора (ведущего), руководящего ходом группового обсуждения.

На втором этапе группового обсуждения вырабатывается групповое решение совместно с преподавателем (арбитром).

Разновидностью группового обсуждения является круглый стол, который проводится с целью поделиться проблемами, собственным видением вопроса, познакомиться с опытом, достижениями.

2.Публичная презентация проекта

Презентация – самый эффективный способ донесения важной информации как в разговоре «один на один», так и при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно представить содержание изучаемого материала, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений.

3.Дискуссия

Как интерактивный метод обучения означает исследование или разбор. Образовательной дискуссией называется целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы (ситуации), сопровождающейся обменом идеями, опытом, суждениями, мнениями в составе группы обучающихся.

Как правило, дискуссия обычно проходит три стадии: ориентация, оценка и консолидация. Последовательное рассмотрение каждой стадии позволяет выделить следующие их особенности.

Стадия ориентации предполагает адаптацию участников дискуссии к самой проблеме, друг другу, что позволяет сформулировать проблему, цели дискуссии; установить правила, регламент дискуссии.

В стадии оценки происходит выступление участников дискуссии, их ответы на возникающие вопросы, сбор максимального объема идей (знаний), предложений, пресечение преподавателем (арбитром) личных амбиций отклонений от темы дискуссии.

Стадия консолидации заключается в анализе результатов дискуссии, согласовании мнений и позиций, совместном формулировании решений и их принятии.

В зависимости от целей и задач занятия, возможно, использовать следующие виды дискуссий: классические дебаты, экспресс-дискуссия, текстовая дискуссия, проблемная дискуссия, ролевая (ситуационная) дискуссия.

1. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю

7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Качественные критерии оценивание			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
ПК-1					
Базовый	**Знать:** методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.	Не знает методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.	В целом знает методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.	Знает методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.	
	Уметь: проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	Не умеет проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	В целом умеет проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	Умеет проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.	

	Владеть: навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе	Не владеет навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе	В целом владеет навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе	Владеет навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе	
Повышенный	**Знать:** методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.				В полном объеме знает методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.
	Уметь: методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.				В полном объеме умеет методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.
	Владеть: навыками проведения обследования организаций,				В полном объеме владеет навыками проведения обследования

	выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе				организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе.

7.2.Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

7.2.1.Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям

1. Основные маркетинговые идеи и концепции.
2. Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия.
3. Сущность маркетинговых коммуникаций.
4. Формирование имиджа и стиля фирмы.
5. Брэнд: сущность и значение.
6. Сбыт продукции оптом и в розницу.
7. Рекламная деятельность организации.
8. Разработка товарной марки продукции.
9. Особенности проведения маркетинговых исследований.
10. Маркетинговое исследование рынка.
11. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
12. Туристический маркетинг.
13. Маркетинговая политика организации.
14. Методы формирования цен на товары.
15. Основные методы продвижения продукции на рынке.
16. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.
17. Процесс организации прямых продаж.
18. Основы банковского маркетинга.
19. Маркетинговый подход к разработке нового продукта на предприятии.
20. Управление маркетингом.
21. Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж.
22. Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
23. Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
24. Виды маркетинговых стратегий.
25. Товарная политика фирмы и товародвижение.
26. Методы исследования рынков.
27. Информационные маркетинговые

Критерии оценки доклада, сообщения, реферата: по дисциплине «Маркетинг»

Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:

- отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
- четко структурирован, с выделением основных моментов;
- доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;
- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.

Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:

- характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;

- доклад длинный, не вполне четкий;

- на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.

Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:

- недостаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;

- докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;

- на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.

Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:

- доклад не сделан;

- докладчик не ориентируется в излагаемом материале;

- на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными.

7.2.2. Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачету)

1. Понятие и виды маркетинга.
2. Функции и первичные понятия маркетинга.
3. Принципы и концепции маркетинга.
4. Понятие маркетинговой среды предприятия. Микросреда предприятия.
5. Макросреда предприятия.
6. Особенности маркетинговой деятельности на предприятии.
7. Виды организационных структур службы маркетинга.
8. Планирование маркетинговой деятельности.
9. Алгоритм разработки и реализации организационно-управленческих решений в маркетинговой деятельности.
10. Изучение рыночных возможностей фирмы.
11. Система маркетинговых исследований.
12. Свойства и методы сбора маркетинговой информации.
13. Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.
14. Товарная структура рынка. Признаки классификации рынков.
15. Оценка конъюнктуры рынка программно-технических средств.
16. Определение емкости рынка программно-технических средств.
17. Понятие сегментирования рынка и критерии сегментирования.
18. Выбор целевого сегмента рынка и позиционирование программно-технического средства.
19. Понятие товара и товарной политики.
20. Многоуровневая модель товара Ф. Котлера.
21. Жизненный цикл программно-технического средства.
22. Виды жизненного цикла программно-технических средств.
23. Разработка новых программно-технических средств. Понятие марки и марочная политика предприятия.
24. Товарный знак, брендинг и фирменный стиль.
25. Упаковка товара и её задачи.
26. Качество и конкурентоспособность товара.
27. Сертификация товаров (продукции). Стандартизация.
28. Понятие сервиса и его задачи.
29. Виды, системы и формы сервиса.
30. Служба сервиса, ее структура и функции.
31. Каналы распределения товаров.
32. Типы торговых посредников.
33. Система товародвижения в маркетинге.
34. Особенности складирования и транспортировки товаров.

35. Оптовая торговля.
36. Розничная торговля.
37. Понятие и особенности рекламы.
38. Средства рекламы.
39. Виды рекламы.
40. Паблик рилейшнз. Стимулирование сбыта.
41. Личная продажа и её особенности.
42. Прямой маркетинг и его характерные черты.
43. Ярмарки и выставки.
44. Понятие цены и виды цен.
45. Методы расчёта цены и ценовые стратегии.
46. Скидки с цены.

Критерии оценки устного ответа на вопросы

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - балла - знание узловых проблем программы; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 балла – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

7.2.3. Бально-рейтинговая система оценки знаний бакалавров

Согласно Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний бакалавров баллы выставляются в соответствующих графах журнала (см. «Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы») в следующем порядке:

«Посещение» - 2 балла за присутствие на занятии без замечаний со стороны преподавателя; 1 балл за опоздание или иное незначительное нарушение дисциплины; 0 баллов за пропуск одного занятия (вне зависимости от уважительности пропуска) или опоздание более чем на 15 минут или иное нарушение дисциплины.

«Активность» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем за демонстрацию студентом знаний во время занятия письменно или устно, за подготовку домашнего задания, участие в дискуссии на заданную тему и т.д., то есть за работу на занятии. При этом преподаватель должен опросить не менее 25% из числа студентов, присутствующих на практическом занятии.

«Контрольная работа» или «тестирование» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем по результатам контрольной работы или тестирования группы, проведенных во внеаудиторное время. Предполагается, что преподаватель по согласованию с деканатом проводит подобные мероприятия по выявлению остаточных знаний студентов не реже одного раза на каждые 36 часов аудиторного времени.

«Отработка» - от 0 до 2 баллов выставляется за отработку каждого пропущенного лекционного занятия и от 0 до 4 баллов может быть поставлено преподавателем за отработку студентом пропуска одного практического занятия или практикума. За один раз можно отработать не более шести пропусков (т.е., студенту выставляется не более 18

баллов, если все пропущенные шесть занятий являлись практическими) вне зависимости от уважительности пропусков занятий.

«Пропуски в часах всего» - количество пропущенных занятий за отчетный период умножается на два (1 занятие=2 часам) (заполняется делопроизводителем деканата).

«Пропуски по неуважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Попуски по уважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Корректировка баллов за пропуски» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Итого баллов за отчетный период» - сумма всех выставленных баллов за данный период (графа заполняется делопроизводителем деканата).

Таблица перевода балльно-рейтинговых показателей в отметки традиционной системы оценивания

Соотношение часов лекционных и практических занятий	0/2	1/3	1/2	2/3	1/1	3/2	2/1	3/1	2/0	Соответствие отметки коэффициенту
Коэффициент соответствия балльных показателей традиционной отметке	1,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	«зачтено»
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	«удовлетворительно»
	2	1,75	1,65	1,6	1,5	1,4	1,35	1,25	-	«хорошо»
	3	2,5	2,3	2,2	2	1,8	1,7	1,5	-	«отлично»

Необходимое количество баллов для выставления отметок («зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично») определяется произведением реально проведенных аудиторных часов (n) за отчетный период на коэффициент соответствия в зависимости от соотношения часов лекционных и практических занятий согласно приведенной таблице.

«Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы» заполняется преподавателем на каждом занятии.

В случае болезни или другой уважительной причины отсутствия студента на занятиях, ему предоставляется право отработать занятия по индивидуальному графику.

Студенту, набравшему количество баллов менее определенного порогового уровня, выставляется оценка "неудовлетворительно" или "не зачтено". Порядок ликвидации задолженностей и прохождения дальнейшего обучения регулируется на основе действующего законодательства РФ и локальных актов КЧГУ.

Текущий контроль по лекционному материалу проводит лектор, по практическим занятиям – преподаватель, проводивший эти занятия. Контроль может проводиться и совместно.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплин

8.1. основная учебная литература:

1. Косова, Л. Н. Маркетинг : практикум / Л. Н. Косова, Ю. А. Косова. - Москва : РГУП, 2021. - 97 с. - ISBN 978-5-93916-957-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1869180

2. Кислицына, В. В. Маркетинг : учебник / В.В. Кислицына. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 464 с. : ил. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0954-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2103739

8.2. Дополнительная литература

1. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 214 с. - ISBN 978-5-394-03163-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091798
2. Лемешева, Ж. С. Маркетинг : учебное пособие / Ж. С. Лемешева. - Москва : РИО Российской таможенной академии, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-9590-0964-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1844212

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

9.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: https://kchgu.ru/.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: https://do.kchgu.ru/

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 249 эбс от 14.05.2025 г. Электронный адрес: https://znanium.ru/.	от 14.05.2025г. до 14.05.2026г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 12 от 02.02.2026 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com/.	от 02.02.2026г. до 02.02.2027г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: - https://lib.kchgu.ru/.	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22. 02. 2023 г. Электронный адрес: https://rusneb.ru/.	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: https://elibrary.ru/.	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Электронный ресурс Polpred.comОбзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: https://polpred.com/	Бессрочный

9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

Занятия проводятся в учебных аудиториях, предназначенных для проведения занятий лекционного и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с расписанием занятий по образовательной программе. С описанием оснащенности аудиторий можно ознакомиться на сайте университета, в разделе материально-технического обеспечения и оснащенности образовательного процесса по адресу: https://kchgu.ru/sveden/objects/

9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

1. ABBY FineReader (лицензия №FCRP-1100-1002-3937), бессрочная.
2. Calculate Linux (внесён в ЕРРП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная.
3. Microsoft Office (лицензия №60127446), бессрочная.
4. Microsoft Windows (лицензия №60290784), бессрочная.

9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - https://fgosvo.ru/.

10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ФГБОУ ВО «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева» созданы условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Специальные условия для получения образования по ОПВО обучающимися с ограниченными возможностями здоровья определены «Положение об организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», размещённым на сайте Университета по адресу: https://kchgu.ru/.

11. Лист изменений в РПД

Изменение	Дата и номер ученого совета факультета/института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения
Обновлены договоры: 1.Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 12 от 02.02.26г. Действует до 02.02.2027г.		03.06.2026г., протокол № 8
2.Обновлен договор №332 эбс ООО «Знаниум» от 02.06.2026 г. Действует до 02.06.2027г.		03.06.2026г., протокол № 8