	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»
Б.1Б.07	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, 2020

	<i>Должность</i>	<i>Фамилия</i>	<i>Подпись</i>
<b>Разработал:</b>	Доцент	Зорков В.С.	
<b>Согласовали:</b>	Руководитель ОП	Иовлев Г.А.	
	Председатель учебно-методической комиссии факультета инженерных технологий	Зеленин А.Н.	
<b>Утвердил:</b>	Декан факультета инженерных технологий	Юсупов М.Л.	
<b>Версия: 1.0</b>		КЭ:1	УЭ № _____
			<b>Стр 1 из 14</b>



## 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.Б.7 «Маркетинг» входит в базовую 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 «Экономическая теория».

Полученные знания, умения, навыки используются студентами в процессе изучения таких дисциплин, как «Экономика предприятий технического сервиса», Бизнес-планирование, Экономика технического сервиса, Производственная практика, Производственная преддипломная практика и государственная итоговая аттестация.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование поэтапно следующих компетенций: (ОК-3); (ПК-23)

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-23: *готовностью* к участию в составе коллектива исполнителей в организации и выполнении транспортных и транспортно-технологических процессов.

В результате изучения дисциплины студент должен:

### **Знать:**

- методы изучения рынка в целях создания высокоэффективного сервиса;
- теорию 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.

### **Уметь:**

- правильно находить и оценивать варианты технологических и организационных решений в рыночных условиях, планировать производственно-хозяйственную деятельность и эффективно управлять коллективами предприятий сервиса.

### **Владеть:**

- умением изучать и анализировать необходимую информацию, технические данные, показатели и результаты работы по совершенствованию технологических процессов эксплуатации, ремонта и сервисного обслуживания транспортных и транспортно-технологических машин различного



назначения, их агрегатов, систем и элементов, проводить необходимые расчеты, используя современные технические средства.

### 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов очное	Очная форма обучения		Всего часов заочное	Заочная форма обучения	
		2 курс			2 курс	
		1	2		1	2
Контактная работа* (всего)	36		36		14	14
В том числе:						
Лекции	16		16	4		4
Практические занятия (ПЗ)	20		20	6		6
Лабораторные работы (ЛР)			-			-
Групповые консультации						
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25		0,25	0,25		0,25
Курсовая работа (расчетно-графическая, курсовое проектирование) (защита)						
Самостоятельная работа (всего):	36		36	58		58
В том числе:						
Курсовая работа (расчетно-графическая, курсовое проектирование) (выполнение)						
Общая трудоемкость	72		72	72		72
	2		2	2		2
Вид промежуточной аттестации			зачет			зачет

\*Контактная работа по дисциплине может включать в себя занятия лекционного типа, практические и (или) лабораторные занятия, групповые и индивидуальные консультации и самостоятельную работу обучающихся под руководством преподавателя, в том числе в электронной информационной образовательной среде, а также время, отведенное на промежуточную аттестацию. Часы контактной работы обучающихся с преподавателем, а также максимального объема занятий лекционного и семинарского типов в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ, утвержденным 26 октября 2017 года.

В учебном плане отражена контактная работа только занятий лекционного и практического и (или) лабораторного типа. Иные виды контактной работы планируются в трудоемкость самостоятельной работы, включая контроль.

### 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.	Семинар	СРС	Всего часов
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Модуль 1. «Маркетинг и его роль в оказании услуг»	10	12			22	44
	Тема 1. Понятие маркетинга и его роль в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин	2	2			4	8
	Тема 2. Методы проведения маркетингового анализа	2	4			6	12
	Тема 3. Сегментация рынка сервисных услуг	2	2			4	8
	Тема 4. Показатели спроса и предложения	2	2			4	8
	Тема 5. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.	2	2			4	8
2.	Модуль 2. «Планирование маркетинга»	6	8			14	28
	Тема 1. Бизнес-планирование	2	4			6	12
	Тема 2. Сегментация потребительского рынка. Управление товародвижением	2	2			4	8
	Тема 3. Реклама. Планирование маркетинга	2	2			4	8

##### 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	4			36	42
	Тема 1. Понятие маркетинга и его роль в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин	2					2
	Тема 2. Методы проведения марке-					18	18



	тингового анализа						
	Тема 3. Сегментация рынка сервисных услуг					18	18
	Тема 4. Показатели спроса и предложения		2				2
	Тема 5. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.		2				2
2.	Модуль 2. «Планирование маркетинга»	2	2			22	26
	Тема 1. Бизнес-планирование	2	2				4
	Тема 2. Сегментация потребительского рынка. Управление товародвижением					12	12
	Тема 3. Реклама. Планирование маркетинга					10	10
	Подготовка к зачету					4	4
	ИТОГО	4	6			58	72

**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	8	ОК-3, ПК-23	Устный опрос на практическом занятии; конспект, тест	Решение ситуационных задач. Исследовательский метод. Мультимедийные презентации. Работа в группах
		Тема 1.2. Методы проведения маркетингового анализа	12	ОК-3, ПК-23		
		Тема 1.3. Сегментация рынка сервисных услуг.	8	ОК-3, ПК-23		
		Тема 1.4. Показатели спроса и предложения	8	ОК-3, ПК-23		
		Тема 1.5. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.	8	ОК-3, ПК-23		
2.	Модуль 2 «Планирование маркетинга»	Тема 2.1. Бизнес-планирование.	12	ОК-3, ПК-23	Устный опрос на практическом занятии; конспект, тест	Решение ситуационных задач. Исследовательский метод. Мультимедийные презентации. Работа в группах
		Тема 2.2. Сегментация потребительского рынка. Управление товародвижением.	8	ОК-3, ПК-23		
		Тема 2.3. Реклама. Планирование маркетинга	8	ОК-3, ПК-23		



#### 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	22	36
2.	Модуль 2 «Планирование маркетинга»	Проработка учебного материала по научной литературе, подготовка к практическим занятиям Подготовка к зачёту	14	22
	Всего часов		36	48

**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 студентов при изучении курса «Маркетинг». – Екатеринбург: Уральский ГАУ, 2018. – 28с.

<https://sdo.urgau.ru/course/view.php?id=3477> - очное

<https://sdo.urgau.ru/course/view.php?id=2476> - заочное

#### 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 (балльно-рейтинговая система) с учетом ЭО и ДОТ

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

Для текущего контроля успеваемости разработана балльно-рейтинговая система:

1. Посещаемость лекций, лабораторных и практических занятий – 1,8 балла/занятие (тах количество баллов – 32).

2. Рубежный контроль:

- «5» – 3,4 балла/занятие (тах 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 «Рукопт» – 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. срок до 14.03.2022 г.

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	Microsoft Windows Professional 10 Singl Upgrade Academic OLP 1License NoLevel: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г., (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. срок до 14.03.2022 г.
	Практические 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	Microsoft Windows Professional 10 Singl Upgrade Academic OLP 1License NoLevel: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г. (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. срок до 14.03.2022 г.г.
	Самостоятельная работа	
Помещение для самостоятельной работы: 3214,3206		
Читальный зал № 5104, 5208	Оснащены компьютерами с выходом в интернет	Microsoft Windows Professional 10 Singl Upgrade Academic OLP 1License NoLevel: Лицензия №66734667 от 12.04.2016 г., (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. срок до 14.03.2022 г.г.

## 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 готов 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, активирующие 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.



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ  
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
на 2021-2022 учебный год

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


**А. Основная литература**

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11509-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://bibli-online.ru/bcode/445444>

2. 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/56615>

2. Внести изменения в п.6: обновлены Методические рекомендации по самостоятельной работе по дисциплине «Маркетинг». УрГАУ, 2021.

Изменения к рабочей программе учебной дисциплины согласованы на заседании учебно-методической комиссии ФИТ, протокол №3 от 18.03.2021г.

Председатель учебно-методической комиссии  А.Н. Зеленин

Изменения к рабочей программе учебной дисциплины утверждены на заседании ученого совета ФИТ, протокол № 73/1 от 18.03.2021г.

Руководитель образовательной программы  Г.А. Иовлев

**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»**

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.Б.07 «Маркетинг»**

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

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

Бакалавриат

Екатеринбург 2018 г.

## 1. Модели контролируемых компетенций:

1.1. Компетенции формируемые в процессе изучения дисциплины:

Индекс	Формулировка компетенции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ПК-23	<i>готовностью</i> к участию в составе коллектива исполнителей в организации и выполнении транспортных и транспортно-технологических процессов

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

1.2.1. Компетенции ОК-3; ПК-13 формируются в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Управление техническими системами;

Сервис по выбору, применению и организации парков машин;

Производственная практика

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

### 2.1. Знать:

- методы изучения рынка в целях создания высокоэффективного сервиса;

- теорию 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.

### Уметь:

- правильно находить и оценивать варианты технологических и организационных решений в рыночных условиях, планировать производственно-хозяйственную деятельность и эффективно управлять коллективами предприятий сервиса.

### Владеть:

- умением изучать и анализировать необходимую информацию, технические данные, показатели и результаты работы по совершенствованию технологических процессов эксплуатации, ремонта и сервисного обслуживания транспортных и транспортно-технологических машин различного назначения, их агрегатов, систем и элементов, проводить необходимые расчеты, используя современные технические средства.

\* Уровни обученности определяются ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки.

## 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»	ОК-3, ПК-23	Тест
2	«Планирование маркетинга»	ОК-3, ПК-23	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 технологий 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 лекция
- 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).	<b>Знает</b> методы изучения рынка в целях создания высокоэффективного сервиса; теорию прогнозирования, планирования и управления предприятиями сервиса, в том числе по составлению бизнес-плана; влияние маркетинга, бизнес-плана и менеджмента предприятий

		<p>сервиса, транспортных, транспортно-технологических машин и оборудования для повышения эффективности их работы.</p> <p><b>Умеет</b> правильно находить и оценивать варианты технологических и организационных решений в рыночных условиях, планировать производственно-хозяйственную деятельность и эффективно управлять коллективами предприятий сервиса.</p>
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><b>Знает</b> методы изучения рынка в целях создания высокоэффективного сервиса; теорию 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.</p> <p><b>Умеет</b> правильно находить и оценивать варианты технологических и организационных решений в рыночных условиях, планировать производственно-хозяйственную деятельность и эффективно управлять коллективами предприятий сервиса.</p> <p><b>Владеет</b> умением изучать и анализировать необходимую информацию, технические данные, показатели и результаты работы по совершенствованию технологических процессов эксплуатации, ремонта и сервисного обслуживания транспортных и транспортно-технологических машин различного назначения, их агрегатов, систем и элементов, проводить необходимые расчеты, используя современные технические средства</p>
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>Меньше 22 баллов</p>	<p>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</p>

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.