

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гунько Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.О.01.03 Анализ трендов маркетинговой и коммерческой  
деятельности**

**38.04.02 Менеджмент**

**Цифровой маркетинг и управление продажами**

магистр

очная

## 1. Цель дисциплины

формирование у студентов компетенций, направленных на умение выявлять, исследовать, анализировать актуальные тенденции (тренды), определяющие перспективное развитие маркетинговой и коммерческой деятельности, формируя на их основе стратегические и тактические решения в области маркетинга организаций и предприятий

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3.2 Формирует и критически оценивает альтернативные варианты решения профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий	<b>знает</b> теоретические основ формирования и критической оценки альтернативных вариантов решений профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий <b>умеет</b> выявлять особенности поведения субъектов социально-экономических взаимодействий в зависимости от специфики среды, включая особенности кросс-культурных взаимодействий <b>владеет навыками</b> навыками формирования и критической оценки альтернативных вариантов решений профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. Вырабатывает стратегию действий	<b>знает</b> теоретические основ проведения анализ проблемных ситуаций как системы, выявления ее составляющих и связей между ними, разработки стратегии действий <b>умеет</b> анализировать проблемные ситуации как системы, выявлять их составляющие и связи между ними, разрабатывать стратегии действий <b>владеет навыками</b> навыками анализа проблемных ситуаций как системы, выявления их составляющих и связей между ними, разработки стратегии действий

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в I семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Освоение дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Практика по профилю профессиональной деятельности

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

IT в профессиональной деятельности

Преддипломная практика

Управление бизнес-процессами

Защита нематериальных активов и авторского права

Количественный анализ данных

Модульный проект "Оценка MVP проекта"

Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"

Правовая защита бизнеса

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

Общая трудоемкость дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
1	72/2	10	10		52		За
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	4				

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
1	72/2			0.12			

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Раздел 1									
1.1.	Траектории маркетинга и коммерции	1	4	2	2		10	КТ 1	Проект	УК-1.1
1.2.	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	1	4	2	2		10	КТ 1	Проект	УК-1.1
1.3.	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	1	4	2	2		12	КТ 2	Проект	УК-1.1
1.4.	Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	1	4	2	2		10	КТ 2	Проект	ОПК-3.2
1.5.	Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	1	4	2	2		10	КТ 3	Проект	ОПК-3.2
1.6.	Контроль	1						КТ 3	Проект	УК-1.1, ОПК-3.2
	Промежуточная аттестация		За							
	Итого		76	10	10		52			
	Итого		76	10	10		52			

**5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий**

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Траектории маркетинга и коммерции	Траектории маркетинга и коммерции	2/1
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	2/-

Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	2/-
Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	2/1
Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	2/-
Итого		10

### 5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Траектории маркетинга и коммерции	Траектории маркетинга и коммерции	Пр	2/1/-
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	Пр	2/1/-
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	Пр	2/2/-
Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	Пр	2/2/-

Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	Пр	2/-/-
Итого			

### 5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Траектории маркетинга и коммерции	10
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	10
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	12
Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	10
Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	10

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности».

2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности».

3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ ( ) (при наличии).

4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)

5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Траектории маркетинга и коммерции . Траектории маркетинга и коммерции	Л1.1, Л1.3	Л2.1	Л3.2
2	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1) . Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)			
3	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2) . Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	Л1.2	Л2.2	Л3.1
4	Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае. Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	Л1.1, Л1.2	Л2.5, Л2.7	Л3.3
5	Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки. Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	Л1.8	Л2.7	Л3.3

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности»

## 7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2	
		1	2	3	4
ОПК-3.2:Формирует и критически оценивает альтернативные варианты решения профессиональных задач с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"	x			
	Организация проектной деятельности	x			
	Преддипломная практика				x
УК-1.1:Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. Вырабатывает стратегию действий	IT в профессиональной деятельности		x		
	Дисциплины по выбору Б1.О.05.ДВ.01			x	
	Защита нематериальных активов и авторского права			x	
	Количественный анализ данных		x		
	Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"		x		
	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"	x			
	Ознакомительная практика	x			
	Организация проектной деятельности	x			
	Правовая защита бизнеса			x	
	Практика по профилю профессиональной деятельности				x
Управление бизнес-процессами			x		

## 7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬ-

НО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

### Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
1 семестр			
КТ 1	Проект		10
КТ 2	Проект		10
КТ 3	Проект		10
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>			<b>30</b>
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
1 семестр			
КТ 1	Проект	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите.</li> <li>- 7 баллов - задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, но при этом имеет место авторская позиция магистранта, аргументация на защите недостаточно уверенная и последовательная.</li> <li>- 5 баллов - задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</li> </ul>

КТ 2	Проект	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите.</li> <li>- 7 баллов - задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, но при этом имеет место авторская позиция магистранта, аргументация на защите недостаточно уверенная и последовательная.</li> <li>- 5 баллов - задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</li> </ul>
КТ 3	Проект	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите.</li> <li>- 7 баллов - задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, но при этом имеет место авторская позиция магистранта, аргументация на защите недостаточно уверенная и последовательная.</li> <li>- 5 баллов - задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</li> </ul>

### **Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации**

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

### **Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете**

По дисциплине «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и без привязке к набранным баллам. Студентам, набравшим более 65 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, не набравшие 65 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД. Максимальная сумма баллов по промежуточной аттестации (зачету) устанавливается в 15 баллов

Вопрос билета	Количество баллов
Теоретический вопрос	до 5
Задания на проверку умений	до 5
Задания на проверку навыков	до 5

#### Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

#### Задания на проверку умений и навыков

5 баллов Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет без замечаний. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

4 балла Задания выполнены в обозначенный преподавателем срок, письменный отчет с небольшими недочетами.

2 баллов Задания выполнены с задержкой, письменный отчет с недочетами. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задания выполнены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задания выполнены, письменный отчет не представлен или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

### **7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности»**

#### Вопросы к зачету

1. Роль маркетинговых трендов в формировании стратегии компании

2. Маркетинговый анализ рынка: виды, этапы и методы
3. Сущность и основные инструменты маркетингового анализа
4. Гибридные методы маркетингового анализа
5. Различия между маркетинговыми трендами и фадами.
6. Факторы, влияющие на формирование маркетинговых трендов (демографические изменения, технологические инновации, изменение потребительского поведения)
7. Использование маркетинговых трендов для достижения целей субъектами бизнеса
8. Влияние индустрии 4.0 на маркетинговую и коммерческую деятельность компаний
9. Адаптация компаний к изменяющимся трендам коммерческой деятельности
10. Преимущества и недостатки электронной коммерции по сравнению с традиционной
11. Успешный опыт российских компаний по адаптации к изменяющимся условиям рынка
12. Влияние ключевых трендов коммерческой деятельности на ведущие отрасли национальной экономики
13. Ключевые шаги анализа маркетинговых трендов
14. Ключевые шаги анализа трендов коммерческой деятельности
15. Влияние цифровизации на коммерческую деятельность компаний

#### Тематика докладов

1. Место и роль аналитической функции в системе маркетинга
2. Понятие и макроэкономические показатели конъюнктуры рынка
3. Анализ производственного потенциала рынка
4. Анализ потребительского потенциала рынка
5. Понятие и границы конкурентных товарных рынков
6. Анализ рыночной концентрации как фактора конкуренции
7. Задачи и методы анализа потребительского поведения
8. Анализ потребностей и структуры покупок
9. Аналитическая модель оценки покупательских требований и пожеланий
10. Аналитические модели пробного маркетинга и оценки покупательских ожиданий
11. Анализ эффективности товарного портфеля предприятия
12. Анализ и оценка моделей сбытовой деятельности
13. Индикаторы и критерии маркетинговых рисков

#### Тестовые задания для промежуточного контроля

Что такое код протекции:

- а) число покупателей в интернет-магазине
- б) пароль для входа в интернет-магазин
- в) число, которое должен ввести покупатель, для совершения покупки в интернет-магазине

Электронная коммерция — это:

- а) автоматизация закупочных процессов
- б) сфера цифровой экономики, включающая в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей
- в) деятельность, главная цель которой, получение прибыли

Что такое баннер:

- а) рекламный заголовок
- б) оба варианта верны
- в) небольшая прямоугольная картинка, на которой размещена реклама продукта +
- г) нет верного ответа

В чем проявляется «маркетинговая близорукость» предприятия при планировании маркетинговых мероприятий?

- а) в отсутствии маркетинговой службы предприятия
- б) в ориентации маркетинга только на кратковременную выгоду, например, прибыль
- в) в выборе поставщиков, территориально отдаленных от фирмы

Кейс:

Задание: постройте ментальную карту актуальных трендов / инструментов, способных оказать существенное влияние в ближайший год на развитие маркетинга.

Ментальная карта - метод организации идей, задач, концепций и любой другой информации. Помогают визуально структурировать, запоминать и объяснять сложные вещи.

В центре всех ментальных карт — главная идея. От нее отходят ключевые мысли (элементы), которые можно делить на подпункты до тех пор, пока вся информация не будет структурирована.

Цифровой инструментарий: для выполнения данного задания можно воспользоваться предлагаемыми (Xmind // <https://xmind.app/>; MindNODE // <https://www.mindnode.com/>; Mindjet // <https://www.mindmanager.com/en/>) или любыми иными сервисами для построения ментальных карт.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

### **основная**

Л1.1 Валигурский Д. И., Авдокушина М. Н., Алексунин В. А., Арустамов Э. А., Асон Т. А., Валеева Ю. С., Габдуллин С. С. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент: теория и практика [Электронный ресурс]: моногр.. - Москва: Дашков и К, 2017. - 410 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/94032>

Л1.2 Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 589 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=1003504>

Л1.3 Моосмюллер Г., Ребик Н. Н. Маркетинговые исследования с SPSS [Электронный ресурс]: учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 200 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=371391>

Л1.4 Мартынов И. Ю. Информационное обеспечение маркетинговых решений [Электронный ресурс]: учеб. пособие; ВО - Магистратура. - Донецк: ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. - 120 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/170475>

Л1.5 Нуралиев С. У. Международная торговля [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура, Специалитет, Аспирантура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 307 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=397280>

Л1.6 Бариленко В. И., Гавель О. Ю., Ефимова О. В., Зенкина И.В., Иззука Т.Б., Керимова Ч.В., Музалев С.В., Усанов А.Ю. Анализ сегментов бизнеса [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2023. - 389 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/947363>

Л1.7 Зенкина Е. В., Герасимов Е. Л., Сопилко Н. Ю., Костромин П. А., Беленчук С. И., Зенкина Е. В. Международная коммерческая деятельность (в схемах и таблицах) [Электронный ресурс]: учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2023. - 290 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/951052>

Л1.8 Лазарева Н. В. Учет и анализ в торговле [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2024. - 266 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/952471>

### **дополнительная**

Л2.1 Наумов В. Н. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 356 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/document?id=389723>

Л2.2 Савицкая Г. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: Методологические аспекты [Электронный ресурс]: моногр.. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 291 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=391394>

Л2.3 Герасимов Б. И., Мозгов Н. Н. Маркетинговые исследования рынка [Электронный ресурс]: учеб. пособие для СПО. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2021. - 336 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=395730>

Л2.4 Агаларова Е. Г., Антонова И. Ю. Исследование поведения потребителей: учебник. - Ставрополь: Секвойя, 2020. - 1,25 МБ

Л2.5 Баженов Ю. К., Баженов А. Ю. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 286 с. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=431459>

Л2.6 Смирнов Е. Н. Международная торговля [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: КноРус, 2023. - 488 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/947614>

Л2.7 Игрунова О. М. Практикум по дисциплине "Маркетинговые исследования" [Электронный ресурс]: учеб. пособие ; ВО - Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Русайнс, 2024. - 142 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/954007>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Рыжикова Анализ деятельности конкурентов [Электронный ресурс]: Учебное пособие; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 267 с. – Режим доступа: <http://new.znanium.com/go.php?id=477361>

Л3.2 Шевченко Д. А. Основы современного маркетинга [Электронный ресурс]: учебник ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 613 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=371140>

Л3.3 Джикович Ю. В., Арефьева А. А., Вольнов Е. Е., Никифорова Г. С. Практический маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 140 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/206465>

Л3.4 Скоробогатых И. И., Ефимова Д. М., Ивашкова Н. И., Кадерова В. А., Лопатинская И. В., Мешков А. А., Мусатов Б. В., Мусатова Ж.Б., Мхитарян С.В., Невоструев П.Ю., Цветкова А.Б., Шишкин А.В., Гринева О.О., Скоробогатых И.И., Ефимова Д.М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Электронный ресурс]: практикум ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2022. - 568 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/943117>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Технологичная исследовательская компания по проведению медиаисследований и мониторинга рекламы «Mediascope» Режим доступа: <a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>	<a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>
2	Федеральная служба государственной статистики Режим доступа: <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>
3	Сервис для анализа трафика сайта «Similar Web» Режим доступа: <a href="https://www.similarweb.com/ru/">https://www.similarweb.com/ru/</a>	<a href="https://www.similarweb.com/ru/">https://www.similarweb.com/ru/</a>
4	Сервис для проведения мозговых штурмов и составления интеллект-карт «Xmind» Режим доступа: <a href="https://xmind.app/">https://xmind.app/</a>	<a href="https://xmind.app/">https://xmind.app/</a>
5	Онлайн-сервис для разработки интерфейсов и прототипирования «Figma» Режим доступа: <a href="https://www.figma.com/">https://www.figma.com/</a>	<a href="https://www.figma.com/">https://www.figma.com/</a>
6	Онлайн-инструмент для создания анимированных графиков «LiveGap» Режим доступа: <a href="https://charts.livegap.com/?lan=ru/">https://charts.livegap.com/?lan=ru/</a>	<a href="https://charts.livegap.com/?lan=ru/">https://charts.livegap.com/?lan=ru/</a>

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Перед началом изучения курса рекомендуется ознакомиться с его целями и задачами.

Значительная часть учебного времени отведена на приобретение практических навыков. Вы научитесь правильно анализировать маркетинговые ситуации, возникающие в организациях, и разрабатывать эффективные пути решения проблем в области маркетинга и коммерции.

Лекция — это основная форма организации учебного процесса. Преподаватель систематически и последовательно излагает учебный материал, обычно теоретического характера. После прослушивания лекции студенты составляют конспект. Рекомендуется оставлять свободное место и делать поля, чтобы можно было дополнить или скорректировать записи при изучении материала по книге. Такая работа с конспектом помогает глубоко понять и освоить предмет.

Практические занятия могут проводиться в виде семинаров (обсуждение контрольных вопросов, заслушивание докладов) и практических работ (решение ситуационных задач, рассмотрение примеров из практики предприятий).

Дисциплина «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» имеет прикладной характер, поэтому особое внимание уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые можно использовать в будущей работе.

Студенты готовят доклады по темам, предложенным в планах семинарских занятий, в виде презентаций PowerPoint (не более 15 слайдов) продолжительностью не более 7-10 минут.

Изучение дисциплины также включает самостоятельную работу студентов с учебной, методической, периодической и нормативно-справочной литературой.

### 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

#### 11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

#### 11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

### 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
-------	---	-----------------	---

1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Э-160  302/НК	<p>специализированная мебель на 195 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic PT-EH 610-1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 3 шт., телевизор Pioneer – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.</p> <p>Оснащение: специализированная мебель на 343 посадочных места, трибуна для лектора – 1 шт., президиум – 1 шт., видеостена из 25 бесшовный ЖК дисплеев Mercury Full HD 55” ширина-5,1 м высота - 2,9 м , АРМ на основе Intel Core i3 , Монитор Dell 21.5", Клавиатура + мышь , Источник бесперебойного питания 650ВА, Монитор ЖК размер экрана: Dell 21.5", широкоформатная матрица VA с разрешением 1920×1080, отношением сторон 16:9 - 3шт.,микрофонная система Restmoment RX-812 -1шт, Restmoment RX-D58 микрофон делегата -4шт.,АМС настенный громкоговоритель мониторного типа - 6шт.,</p>
		Э-165	<p>специализированная мебель на 28 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., телевизор SAMSUNG – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, доска поворотная маркерно-магнитная – 1 шт., подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.</p>
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
		Э-169	<p>Оснащение: рабочее место преподавателя, 32 посадочных места, рабочие места для обучающихся, монитор Philips, проектор Lg, системный блок, 14 моноблоков, выход в интернет и корпоративную сеть университета.</p>

### 13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952).

Автор (ы)

\_\_\_\_\_ доц. , кэн Рыбасова Ю. В.

Рецензенты

\_\_\_\_\_ доц. , кэн Запорожец Д. В.

\_\_\_\_\_ доц. , кэн Байчерова А. Р.

Рабочая программа дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» рассмотрена на заседании Кафедра агроэкономики и маркетинга протокол № 18 от 25.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Агаларова Екатерина Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 8 от 26.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Руководитель ОП \_\_\_\_\_