

**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.16 Введение в профессиональную деятельность**

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

## 1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» является формирование у студентов системы знаний и четкого представления о профессиональной деятельности маркетолога; об этических нормах, в соответствии с которыми оценивается профессиональная деятельность маркетолога; о профессиональной специфике и проблемах деятельности специалистов по маркетингу.

## 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
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности	ПК-1.1 Проводит и анализирует маркетинговую среду организации	<b>знает</b> методы исследования и анализа маркетинговой среды организации <b>умеет</b> проводить исследования и анализировать маркетинговую среду организации <b>владеет навыками</b> навыками исследования и анализа маркетинговой среды организации
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.2 Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течении всей жизни	<b>знает</b> способы реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течение всей жизни <b>умеет</b> реализовать намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течение всей жизни <b>владеет навыками</b> навыками реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течение всей жизни

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Введение в профессиональную деятельность» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в I семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Расчетно-аналитические методы и модели

Основы российской государственности  
 Высшая математика  
 Теория управления  
 Финансовая грамотность  
 Безопасность жизнедеятельности  
 Безопасность жизнедеятельности и военная подготовка  
 Экономика

Освоение дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена  
 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы  
 Проектная работа  
 Производственная практика  
 Преддипломная практика  
 Гибкие навыки менеджера  
 Ознакомительная практика  
 Международный маркетинг  
 Маркетинг в социальных сетях  
 Рынки потребительских товаров  
 Управление конкурентоспособностью организации  
 Маркетинг в агробизнесе  
 Конкуренция и конкурентоспособность  
 Интернет-маркетинг  
 Маркетинговые исследования и рыночная аналитика  
 Поведение потребителей  
 Экономический анализ маркетинговых решений  
 Конкурентный анализ  
 Бухгалтерский учёт в коммерческих организациях  
 Контрактная система в сфере закупок  
 Управление проектами  
 Разработка веб-приложений  
 Психология профессионально-личностного развития  
 Нейромаркетинг  
 Менеджмент  
 Проектная деятельность  
 Самоменеджмент  
 Управление качеством  
 Теория конкуренции

**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 «Введение в профессиональную деятельность» 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	18	18		36		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 ответственного 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. Введение в профессиональную деятельность									
1.1.	Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом	1	6	4	2		4	Собеседование	УК-6.2, ПК-1.1	
1.2.	Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности	1	6	4	2		4	Тест	УК-6.2, ПК-1.1	
1.3.	Контрольная работа № 1	1	2		2		4	КТ 1	УК-6.2, ПК-1.1	
1.4.	Место, роль и функции маркетинговой службы в организации	1	4	2	2		4	Собеседование	УК-6.2, ПК-1.1	
1.5.	Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам	1	6	4	2		4	Тест	УК-6.2, ПК-1.1	
1.6.	Контрольная работа № 2	1	2		2		4	КТ 2	УК-6.2, ПК-1.1	
1.7.	Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства	1	4	2	2		4	Собеседование	УК-6.2, ПК-1.1	
1.8.	Профессиональная этика в деятельности маркетолога	1	4	2	2		4	Тест	УК-6.2, ПК-1.1	
1.9.	Контрольная работа № 3	1	2		2		4	КТ 3	УК-6.2, ПК-1.1	
	Промежуточная аттестация		За							
	Итого		72	18	18		36			

	Итого		72	18	18		36		
--	-------	--	----	----	----	--	----	--	--

### 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	
Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом	Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом	4/2	
Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности	Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности	4/-	
Место, роль и функции маркетинговой службы в организации	Место, роль и функции маркетинговой службы в организации	2/2	
Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам	Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам	4/-	
Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства	Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства	2/-	
Профессиональная этика в деятельности маркетолога	Профессиональная этика в деятельности маркетолога	2/-	
Итого		18	

### 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
Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом	Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом	Пр	2/2/-
Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания	Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности	Пр	2/-/-

маркетинговой деятельности			
Контрольная работа № 1	Контрольная работа № 1	Пр	2/-/-
Место, роль и функции маркетинговой службы в организации	Место, роль и функции маркетинговой службы в организации	Пр	2/2/-
Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам	Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам	Пр	2/-/-
Контрольная работа № 2	Контрольная работа № 2	Пр	2/-/-
Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства	Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства	Пр	2/-/-
Профессиональная этика в деятельности маркетолога	Профессиональная этика в деятельности маркетолога	Пр	2/-/-
Контрольная работа № 3	Контрольная работа № 3	Пр	2/-/-
Итого			

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

### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом	4
Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности	4

Контрольная работа № 1	4
Место, роль и функции маркетинговой службы в организации	4
Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам	4
Контрольная работа № 2	4
Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства	4
Профессиональная этика в деятельности маркетолога	4
Контрольная работа № 3	4

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Введение в профессиональную деятельность» 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 «Введение в профессиональную деятельность».
2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Введение в профессиональную деятельность».
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	Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом. Становление и развитие маркетинга в России и за рубежом	Л1.1, Л1.2, Л1.3		
2	Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности. Элементы формирования профессиональных знаний: базовые понятия маркетинга, анализ содержания маркетинговой деятельности	Л1.1, Л1.2, Л1.3		
3	Контрольная работа № 1. Контрольная работа № 1	Л1.1, Л1.2, Л1.3		
4	Место, роль и функции маркетинговой службы в организации. Место, роль и функции маркетинговой службы в организации	Л1.1, Л1.2, Л1.3		
5	Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам. Профессиональные стандарты и требования к специалистам маркетологам	Л1.1, Л1.2, Л1.3		
6	Контрольная работа № 2. Контрольная работа № 2	Л1.1, Л1.2, Л1.3		
7	Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства. Маркетолог: ключевые компетенции, функции, должностные обязанности, перспективы трудоустройства	Л1.1, Л1.2, Л1.3		
8	Профессиональная этика в	Л1.1, Л1.2, Л1.3		

	деятельности Профессиональная деятельности маркетолога	маркетолога. этика в деятельности маркетолога			
9	Контрольная работа № 3 Контрольная работа № 3	№ 3.	Л1.1, Л1.2, Л1.3		

## 7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Введение в профессиональную деятельность»

### 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		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-1.1:Проводит исследование и анализирует маркетинговую среду организации	Конкурентный анализ						x		
	Конкуренция и конкурентоспособность		x						
	Маркетинг в агробизнесе					x			
	Маркетинговые исследования и рыночная аналитика				x				
	Международный маркетинг							x	
	Нейромаркетинг					x			
	Поведение потребителей				x				
	Преддипломная практика								x
	Производственная практика				x		x		
	Рынки потребительских товаров							x	
	Теория конкуренции		x						
	Экономический анализ маркетинговых решений						x		
УК-6.2:Реализует намеченные цели с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда на основе принципов образования в течении всей жизни	Бухгалтерский учёт в коммерческих организациях					x	x		
	Гибкие навыки менеджера		x		x				
	Дополнительная квалификация					x	x		
	Контрактная система в сфере закупок					x	x		
	Менеджмент			x					
	Проектная работа			x		x			x
	Производственная практика				x		x		
	Психология профессионально-личностного развития		x						
	Разработка веб-приложений					x	x		
Самоменеджмент				x					
Управление проектами					x	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 «Введение в профессиональную деятельность» 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 «Введение в профессиональную деятельность» проводится в виде Зачет.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «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
<b>1 семестр</b>			
КТ 1	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи		10
КТ 2	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи		10
КТ 3	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи		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
<b>1 семестр</b>			

КТ 1	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	10	<p>Практико-ориентированные задачи (умения и навыки – max 10 баллов) – задачи, направленные на использование приобретенных умений и навыков в практической деятельности.</p> <p>Критерии оценки (2 балла за 1 верный ответ):</p> <p>10 баллов – правильно решены 5 задач. 8 баллов – правильно решены 4 задачи. 6 баллов – правильно решены 3 задачи. 4 балла – правильно решены 2 задачи. 2 балла – правильно решена 1 задача. 0 баллов – задачи не решены.</p>
КТ 2	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	10	<p>Практико-ориентированные задачи (умения и навыки – max 10 баллов) – задачи, направленные на использование приобретенных умений и навыков в практической деятельности.</p> <p>Критерии оценки (2 балла за 1 верный ответ):</p> <p>10 баллов – правильно решены 5 задач. 8 баллов – правильно решены 4 задачи. 6 баллов – правильно решены 3 задачи. 4 балла – правильно решены 2 задачи. 2 балла – правильно решена 1 задача. 0 баллов – задачи не решены.</p>

КТ 3	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	10	<p>Практико-ориентированные задачи (умения и навыки – max 10 баллов) – задачи, направленные на использование приобретенных умений и навыков в практической деятельности.</p> <p>Критерии оценки (2 балла за 1 верный ответ):</p> <p>10 баллов – правильно решены 5 задач. 8 баллов – правильно решены 4 задачи. 6 баллов – правильно решены 3 задачи. 4 балла – правильно решены 2 задачи. 2 балла – правильно решена 1 задача. 0 баллов – задачи не решены.</p>
------	---	----	--

### 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 «Введение в профессиональную деятельность» 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 «Введение в профессиональную деятельность»**

Вопросы к зачету:

1. Сущность маркетинга и его роль в современной экономике.
2. Сущность маркетинга как философии бизнеса.
3. Сущность маркетинга как вида деятельности.
4. Сущность маркетинга как функции управления фирмой.
5. Маркетинг: история и современные подходы.
6. Концепции маркетинга и их эволюция.
7. Различия концепции традиционного маркетинга и социально — этического маркетинга от других подходов к организации маркетинговой деятельности.
8. Виды, типы, формы и уровни маркетинга.
9. Формы и особенности внутреннего и внешнего маркетинга.
10. Общие черты и особенности потребительского, промышленного маркетинга и маркетинга услуг.
11. Основные понятия маркетинга (нужда, желание, товар, сделка, обмен, рынок, цена, покупательский спрос) и их содержание.
12. Цели и задачи маркетинга.
13. Функции и принципы маркетинга.
14. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса, задачи маркетинга,

соответствующие этим состояниям.

15. Маркетинговая среда предприятия: понятие и общая характеристика.
16. Комплекс маркетинга: цели разработки.
17. Маркетинговые исследования: сущность, виды.
18. Этапы маркетингового исследования и их характеристика.
19. Система маркетинговой информации, характеристика ее основных элементов.
20. Сегментирование рынка, понятие, виды и критерии сегментации.
21. Сущность и цели позиционирования товара на рынке.
22. Характеристика понятия «стратегия маркетинга».
23. Понятие и методы стимулирования сбыта.
24. Понятие «рекламы» как средства коммуникации в системе продвижения.
25. Требования к маркетологу на российском рынке труда.
26. Актуальные компетенции маркетолога.
27. Планирование маркетинговой деятельности, формирование плана маркетинга.
28. Организационные структуры службы маркетинга и принципы их построения.
29. Нормативно-правовая база, регулирующая вопросы рекламных коммуникаций: Федеральный закон N 38-ФЗ «О рекламе». Основные положения.
30. Нормативно-правовая база, регулирующая защиту прав потребителей: Закон РФ N 2300-1 «О защите прав потребителей». Основные положения.

Примерные темы эссе и рефератов (10 баллов)

Реферат: «Взаимосвязь маркетинга с другими функциями компании: финансы, производство, R&D».

Реферат: «Эволюция роли маркетолога: от отдела продаж к драйверу бизнес-стратегии».

Реферат: «B2B vs B2C маркетинг: в чем принципиальная разница в подходах?».

Эссе: «Маркетолог: художник или ученый? Сплав креатива и аналитики в современной профессии».

Эссе: «Почему я хочу стать маркетологом?» (личное эссе с анализом требуемых компетенций).

Эссе: "Подводные камни" профессии маркетолога: с какими сложностями сталкивается специалист на практике».

Эссе: «Digital-маркетинг: смерть традиционного маркетинга или его новая эра?».

Эссе: «Влияние искусственного интеллекта (AI) и Big Data на профессию маркетолога».

Эссе: «Социально-ответственный маркетинг и этика: может ли бизнес быть добрым и прибыльным одновременно?».

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

Тестирование (примеры вопросов):

Основная цель маркетинга — это:

- а) Создавать красивые рекламные баннеры
- б) Продавать как можно больше любой ценой
- в) Удовлетворять потребности клиентов с выгодой для компании
- г) Вести социальные сети компании

Стратегия STP включает в себя:

- а) Segmenting, Targeting, Positioning (сегментирование, таргетинг, позиционирование)
- б) Sales, Traffic, Profit (продажи, трафик, прибыль)
- в) Strategy, Tactics, Planning (стратегия, тактика, планирование)
- г) Social, Technical, Personal (социальное, техническое, персональное)

Ключевое отличие маркетолога от продавца в том, что маркетолог:

- а) Не взаимодействует с клиентами напрямую

- б) Фокусируется на долгосрочных отношениях с рынком и создании спроса
- в) Отвечает только за рекламу
- г) Всегда работает с более крупным бюджетом

Классическая модель маркетинг-микса 4P НЕ включает:

- а) Product (продукт)
- б) Price (цена)
- в) Promotion (продвижение)
- г) People (люди)
- д) Place (место/дистрибуция)

Расшифруйте аббревиатуру SWOT-анализ:

- а) Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы)
- б) Sales, Work, Operations, Tactics (продажи, работа, операции, тактика)
- в) Social, Web, Online, Traffic (социальное, веб, онлайн, трафик)

Что такое УТП (Уникальное Торговое Предложение)?

- а) Характеристика продукта или услуги, которая выгодно отличает его от предложений конкурентов
- б) Скидка для постоянных клиентов
- в) Подарок при покупке
- г) Рекламный слоган компании

SMM — это:

- а) Social Media Marketing (Маркетинг в социальных сетях)
- б) Sales Management Model (Модель управления продажами)
- в) Strategic Marketing Management (Стратегическое управление маркетингом)

KPI (Key Performance Indicator) — это:

- а) Ключевой показатель эффективности
- б) Крупный проектный инвестиционный план
- в) Комплексный подход к продвижению и информированию

Какой из перечисленных инструментов используется для анализа веб-трафика?

- а) Google Analytics
- б) Microsoft Excel
- в) Adobe Photoshop
- г) Salesforce

Продажи нового продукта не растут, несмотря на качество. Ваши первые действия?

- а) Снизить цену
- б) Увеличить рекламный бюджет
- в) Провести исследование: понять, знают ли о продукте целевые клиенты и что их останавливает
- г) Снять продукт с производства

Вы запустили рекламную кампанию. По каким метрикам вы будете оценивать ее успех в первую очередь?

- а) Количество просмотров (охват)
- б) Количество лайков и комментариев
- в) Количество целевых действий (конверсий) и их стоимость
- г) Креативность рекламных материалов

Тест "Правда или миф?"

Маркетинг — это то же самое, что реклама (правда / ложь)

Карьеру в маркетинге можно построить без профильного образования (правда / ложь)  
Главный результат работы маркетолога — увеличение прибыли компании (правда / ложь)  
Маркетинг нужен только крупным компаниям (правда / ложь)

Практико-ориентированные задания:

Задание 1. Анализ рынка и конкурентов

Задача: Выберите любой известный вам бренд в сегменте B2C (например, косметика, продукты, одежда).

Проведите краткий SWOT-анализ этого бренда.

Назовите его 2-х основных конкурентов и выделите их ключевое преимущество в маркетинге.

Сформулируйте одно предложение по улучшению маркетинговой активности выбранного бренда.

Задание 2. Написание креативного брифа

Задача: Вы — маркетолог сети цветочных магазинов "Астра". Вам нужно запустить рекламную кампанию к 8 Марта.

Заполните краткий бриф для копирайтера и дизайнера:

Цель кампании:

Целевая аудитория:

Ключевое сообщение (меседж):

Призыв к действию (СТА):

Кейс 1: "Маленький кофе против гиганта"

Ситуация: Вы открыли небольшую кофейню в шаговой доступности от Starbucks. Ваш кофе и выпечка качественнее, но цена выше. Трафик мимо Starbucks больше.

Задание: разработайте 3 конкретных шага по привлечению клиентов в первую неделю работы. Обоснуйте свой выбор.

Кейс 2: "Запуск нового продукта"

Ситуация: Компания по производству спортивного питания выпускает новый протеиновый батончик для веганов. Ранее компания работала только на рынке классического спортивного питания.

Задание: кто целевая аудитория нового продукта? Назовите 2-3 ключевых канала продвижения для этой ЦА и объясните, почему именно они.

Предложите идею для запускающей рекламной кампании (формат, меседж).

Вопросы для собеседования:

1. Расшифруйте аббревиатуры и дайте краткое определение: SWOT-анализ, KPI, CRM, SEO, SMM

2. Что такое целевая аудитория (ЦА) и почему ее определение критически важно?

3. О работе в условиях неопределенности: "Вашу рекламную кампанию, на которую был выделен большой бюджет, заблокировали модераторы соцсетей за день до запуска. Ваши действия?"

4. О креативности: "Опишите, как бы вы продвигали обычную канцелярскую скрепку в соцсетях, чтобы это было не скучно".

5. Об аналитических способностях: "Почему, на ваш взгляд, упали продажи в этом месяце, если трафик на сайт остался прежним?"

6. О командной работе и этике: "Руководство просит вас запустить кампанию, которая, на ваш профессиональный взгляд, не работает и приведет к потере бюджета. Как вы поступите?"

## 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 Егоров Ю. Н. Основы маркетинга [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 292 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=389631>

Л1.2 Реймер В. А., Князев С. П., Жучаев К. В., Романькова Е. А., Реймер В. А. Введение в профессиональную деятельность [Электронный ресурс]:учебник; ВО - Бакалавриат. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 232 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/385865>

Л1.3 Бондаренко В. В., Юдина В. А. Менеджмент. Введение в профессию [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2021. - 284 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/939053>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Научная электронная библиотека	<a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a>
2	Российская Государственная Библиотека	<a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a>
3	Международная рефера-тивная база данных научных изданий Springerlink	<a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a>
4	Международная реферативная	<a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a>
5	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>
6	«Национальная платформа открытого образования»	<a href="https://openedu.ru">https://openedu.ru</a>

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Курс обучения делится на время, отведенное для занятий, проводимых в ауди-торной форме (лекции, практические занятия) и время, выделенное на внеаудиторное освоение дисциплины, большую часть из которого составляет самостоятельная работа студента.

Лекционная часть учебного курса для студентов проводится в форме обзоров по основным темам. Практические занятия предусмотрены для закрепления теоретических знаний, углубленного рассмотрения наиболее сложных проблем дисциплины, выработки навыков структурно-логического построения учебного материала и отработки навыков самостоятельной подготовки.

Самостоятельная работа студента включает в себя изучение теоретического материала курса, выполнение практических заданий, подготовку к контрольно-обобщающим мероприятиям.

Для освоения курса дисциплины студенты должны:

- изучить материал лекционных и практических занятий в полном объеме по разделам курса;
- выполнить задание, отведенное на самостоятельную работу: подготовить и защитить реферат по утвержденной преподавателем теме, подготовиться к собеседованию, тестированию,

контрольной работе;

– продемонстрировать сформированность компетенций, закрепленных за курсом дисциплины во время мероприятий текущего и промежуточного контроля знаний.

Посещение лекционных и практических занятий для студентов очной и заочной формы является обязательным.

Уважительными причинами пропуска аудиторных занятий является:

- освобождение от занятий по причине болезни, выданное медицинским учреждением,
- распоряжение по деканату, приказ по вузу об освобождении в связи с участием в внутривузовских, межвузовских и пр. мероприятиях,
- официально оформленное свободное посещение занятий.

Пропуски отрабатываются независимо от их причины.

Пропущенные темы лекционных занятий должны быть законспектированы в тетради для лекций, конспект представляется преподавателю для ликвидации пропуска. Пропущенные практические занятия отрабатываются в виде устной защиты практического занятия во время консультаций по дисциплине.

Контроль сформированности компетенций в течение семестра проводится в форме устного опроса на практических занятиях, выполнения контрольных работ, тестового контроля по теоретическому курсу дисциплины.

Зачет по дисциплине служит для оценки работы студента в течение семестра и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.

Требования к организации подготовки к зачету те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удается, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

Успешный ответ на вопрос по дисциплине предполагает процесс продумывания логики изложения материала по каждому вопросу, запоминание примеров.

При подготовке к зачету у студента должен быть конспект лекций, прочитанные по указанию преподавателя в течение семестра.

Советы студенту:

1. распределите предложенные вопросы для собеседования по разделам и темам курса;
2. выясните наличие теоретических источников (конспект лекций, хрестоматия, учебники и др.);
3. при чтении материала выделяйте основные понятия и определения и записывайте их;
4. выделите опорные понятия, это даст возможность систематизировать представления по дисциплине и лучше подготовиться к экзамену.

В процессе освоения дисциплины преподавателем осуществляется рейтинг-контроль, который включает ответы на семинарских занятиях, написание рефератов, выполнение контрольных заданий, результаты промежуточных тестов, посещаемость занятий. Все компоненты находят свое отражение и оценку в рейтинговой оценке студента и в итоге суммируются. На основании общей суммы выводится оценка, которая служит основанием для допуска к экзамену.

Зачет может быть получен автоматически при условии выполнения и своевременной выполнения всех практических и самостоятельных заданий, систематической и плодотворной работы на семинарских и аудиторных занятиях.

**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
2. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система
3. OPERA - Система управления отелем
4. Аппаратно-программный комплекс «ARGUS-KARYO» -

### 11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - Антивирус
2. Аппаратно-программный комплекс «ARGUS-KARYO» -

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  Э-165	Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.  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.
		Э-165	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.

2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		
		Читальный зал научной библиотеки	Специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1 шт., принтер – 1 шт., цветной принтер – 1 шт., копировальный аппарат – 1 шт., сканер – 1 шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

### 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 «Введение в профессиональную деятельность» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970).

Автор (ы)

\_\_\_\_\_ доц. , кэн Агаларова Екатерина Григорьевна

Рецензенты

\_\_\_\_\_ доц. , кэн Косинова Е.А.

\_\_\_\_\_ доц. , кэн Шевченко Е.А.

Рабочая программа дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» рассмотрена на заседании Кафедра агроэкономики и маркетинга протокол № 22 от 18.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

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

Рабочая программа дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 8 от 28.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Руководитель ОП \_\_\_\_\_