

**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

Целью освоения дисциплины "Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности" является 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 основы 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 основы 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

Количественный анализ данных (IT в профессиональной деятельности)

Правовая защита бизнеса

Системный анализ в управлении (Управление бизнес-процессами)

### 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	108/3	10	16		82		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	108/3			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		16	Доклад	УК-1.1	

1.2.	КТ 1	1	2		2			КТ 1	Творческое задание	УК-1.1
1.3.	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	1	4	2	2		16		Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	УК-1.1
1.4.	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	1	4	2	2		18		Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	УК-1.1
1.5.	КТ 2	1	2		2			КТ 2	Творческое задание	УК-1.1
1.6.	Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	1	4	2	2		18		Доклад	ОПК-3.2
1.7.	Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	1	4	2	2		14		Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	ОПК-3.2
1.8.	КТ 3	1	2		2			КТ 3	Творческое задание	ОПК-3.2
	Промежуточная аттестация	За								
	Итого		108	10	16		82			
	Итого		108	10	16		82			

### 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	Необходимость изучения трендов и тенденций развития маркетинга и торговли. Источники информации и их использовании в деятельности компаний	2/1
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	Маркетинговые агентства и использование современных трендов в их деятельности	2/-
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	Маркетинговые тренды в деятельности организаций торговли и сферы услуг	2/1
Региональная торговля в	Ключевые аспекты региональной торговли.	2/2

актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	Анализ состояния и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	
Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки	Тенденции экспорта и импорта продукции в Ставропольском крае	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	Треды маркетинга и коммерции в отраслях и сферах деятельности предприятий	Пр	2/1/-
КТ 1	Выполнение индивидуального задания	Пр	2/-/-
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1)	Исследование трендов маркетинге региона	Пр	2/1/-
Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2)	Оценка внутренних факторов, определяющих возможности развития предприятия	Пр	2/1/-
КТ 2	Выполнение индивидуальных заданий	Пр	2/-/-
Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае	Анализ показателей деятельности торговли в Ставропольском крае и СКФО	Пр	2/1/-
Развитие межрегионального обмена и выход на международные	Анализ экспортно-импортных операций и перспективы их развития в регионе	Пр	2/-/-

рынки			
КТ 3	Выполнение индивидуальных заданий	Пр	2/-/-
Итого			

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

### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Систематизация трендов коммерции и продаж	16
Анализ трендов в маркетинговой деятельности предприятий региона	16
Аналитическая деятельности в маркетинге и коммерции: внутренние возможности предприятий	18
Исследование потребительского поведения регионального рынка	18
Крупнейшие экспортеры в разрезе регионального продовольственного и непродовольственного рынка	14

## 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 (творческое задание) (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 . Систематизация трендов коммерции и продаж	Л1.1	Л2.1	Л3.2
2	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 1) . Анализ трендов в маркетинговой деятельности предприятий региона	Л1.1	Л2.2	Л3.3
3	Анализ трендов в маркетинговой и коммерческой деятельности: взгляд практикующего маркетолога (часть 2) . Аналитическая деятельности в маркетинге и коммерции: внутренние возможности предприятий	Л1.2	Л2.2	Л3.1
4	Региональная торговля в актуальном фокусе: состояние и перспективы развития потребительского рынка в Ставропольском крае. Исследование потребительского поведения регионального рынка	Л1.1, Л1.2	Л2.5, Л2.7	Л3.3
5	Развитие межрегионального обмена и выход на международные рынки. Крупнейшие экспортеры в разрезе регионального продовольственного и непродовольственного рынка	Л1.7	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	

## 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», «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	Творческое задание		10
КТ 2	Творческое задание		10
КТ 3	Творческое задание		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	Творческое задание	10	<p>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите. - 7 баллов</p> <p>- 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. - 5 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</p>
КТ 2	Творческое задание	10	<p>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите. - 7 баллов</p> <p>- 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. - 5 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</p>
КТ 3	Творческое задание	10	<p>- 10 баллов – задание выполнено и представлено в полном объеме, отражает авторскую позицию магистранта, аргументировано и последовательно представлено магистрантом на защите. - 7 баллов</p> <p>- 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. - 5 баллов</p> <p>- задание выполнено и представлено на защите не в полном объеме, авторская позиция магистранта неочевидна и не аргументирована на защите.</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 «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

Практико-ориентированные и ситуационные задачи

Задача 1. «Семантический разрыв: Опережаем конкурента на 3 месяца»

Ситуация: Компания «Легенда» (B2C, e-commerce) хочет вывести новый товар, но рынок

перенасыщен.

Нужно найти «голосовые» запросы (тренды), которые только начинают расти, чтобы заложить их в контент-стратегию до того, как это сделают конкуренты.

Задание: Выберите нишу (например, «умный дом» или «экокосметика»). Используя сервисы Google Trends (вкладка «Связанные запросы»)

и Wordstat.Yandex (прогноз на месяц), найдите 5 ключевых фраз с резким ростом интереса.

Далее, используя нейросеть (например, ChatGPT или Perplexity AI), смоделируйте цепочку «Запрос → Проблема клиента → Новый функционал продукта».

Результат: Презентация «Карты трендов», где обосновано, какой из найденных запросов станет «хитом» через 2 месяца, и предложен прототип рекламного сообщения под него.

### Задача 2. «Репутационный дашборд»

Ситуация: У крупного ритейлера "Лавина вкуса" упал NPS. Маркетологи думают, что проблема в ассортименте, а проблема — в скорости доставки.

Нужно отделить эмоции потребителей от фактов в неструктурированных данных.

•Задание: Спарсить (вручную скопировать) 100–150 отзывов с Otvovik, IRecommend или Яндекс.Карт за последний месяц.

Загрузить этот массив в сервис YouScan (демо-доступ) или бесплатный аналог NeuroText (для тональности).

Провести кластеризацию: выделить топ-5 «болевых точек».

На основе выявленных негативных паттернов разработать не стандартный ответ на отзыв, а «антикризисный воронкообразный триггер».

Например, баннер на сайте или скрипт для колл-центра, который решает эту проблему до того, как клиент написал негатив.

Результат: Отчет с графиками эмоций и готовые макеты 2-х коммуникационных тактик.

### Задача 3. «Антитренд»

Ситуация: На рынке появляется насыщение "зеленым" маркетингом и "искренностью".

Бренду премиум-сегмента нужно предложить радикально другую стратегию, основанную на данных, а не на копировании конкурентов.

•Задание: Используйте сервис SimilarWeb (или SpyWords), чтобы выяснить, с каких сайтов приходит трафик к конкурентам.

Найдите ключевые слова, которые покупают в контекстной рекламе (можно посмотреть через Serpstat).

Найдите "белое пятно" — запросы, которые конкуренты игнорируют.

•Задание (исследование): Используйте Библиотеку трендов (например, TrendHunter или городской ресурс) для поиска контркультурного поведения в вашей ЦА.

Разработайте "Манифест бренда" на основе найденных данных, который полностью противоречит текущей рыночной повестке, но подкреплен цифрами (объемом поисковых запросов). Студенты должны защитить этот "антитренд" перед "инвесторами" (преподавателем).

Результат: Презентация-рассуждение (Реска-Куча стиль) с обоснованием, почему рискованный ход в данной нише сейчас будет выигрышным.

## Творческие задания для контрольных точек

### Контрольная точка 1

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

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.

### Контрольная точка 2

Изучите содержательную часть Индустрии 6.0 и сформируйте свое видение того, как новая технореволюция/техноэволюция влияет на рынок, потребителей, маркетинг, коммерцию. Выполненное задание рекомендуется представить в виде инфографики и краткого эссе, раскрывающего ее суть.

Цифровой инструментарий: для выполнения данного задания можно воспользоваться предлагаемыми (Figma// <https://www.figma.com/> ; Visme // <https://www.visme.co/> ; Piktochart // <https://piktochart.com/>) или любыми иными сервисами для создания инфографики. Созданный вами креатив должен быть похож по уровню сложности и информативности на иллюстрацию к данному заданию.

### Контрольная точка 3

По данным аналитиков, продажи в офлайн-ритейле и e-commerce продолжают расти, но темпы роста падают. Как цифровая трансформация влияет на объем продаж, что ждет розницу в будущем, в какие IT-технологии и сколько вкладывают торговые сети. Технологический прогресс и изменение потребительского поведения ставят перед компаниями новые задачи и вызовы. В свою очередь, стратегия розничного бизнеса на два ближайших года должна учитывать эти тренды и предлагать инновационные решения.

Задание: изучите основные тенденции развития розничной торговли в России в 2024-2025 гг. и определите ключевые векторы коммерческой деятельности на перспективу 2026-2027 гг. Выполненное задание рекомендуется представить в виде аналитической записки, содержащей в обязательном порядке графики, таблицы, рисунки (до 10 шт.; анимация приветствуется).

Цифровой инструментарий: для выполнения данного задания можно воспользоваться предлагаемыми (LiveGap// <https://charts.livegap.com/?lan=ru/> ; Google Таблицы // <https://docs.google.com/spreadsheets/u/0/>; ChartBlocks // <https://www.chartblocks.io/> ) или любыми иными сервисами для визуализации данных. Созданный вами креатив должен быть похож по уровню сложности и информативности на иллюстрацию к данному кейсу.

## 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 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>

Л1.4 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>

Л1.5 Бариленко В. И., Гавель О. Ю., Ефимова О. В., Зенкина И.В., Изюка 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>

Л1.6 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>

Л1.7 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://znanium.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., Арэфьева 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 Endpoint Security 12.11 - Антивирус

### 11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - 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	302/НК	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., DSPPA микшер-усилитель - 1шт., магнитно-маркерная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть 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		
		177/Эи Ф	Оснащение: столы – 14 шт., стулья – 25 шт., мультимедийная доска EDFLAT IFP2f82, компьютеры – 27 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, 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, прочитать 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, прочитать 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 № 27 от 24.03.2026 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 № 6 от 02.04.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Руководитель ОП \_\_\_\_\_