

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 5

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

проф., д.т.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

Н.А. Жидьникова

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«10» февраля 2025 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинговые исследования в техносфере»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	20.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Техносферная безопасность
Наименование направленности	Инжиниринг и цифровизация систем обеспечения безопасности техносферы
Форма обучения	очная
Год приема	2025

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

Ст.преп.

(должность, уч. степень, звание)



(подпись, дата 10.02.2025)

А.С. Смирнова

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 5

«10» февраля 2025 г, протокол № 01-02/2025

Заведующий кафедрой № 5

д.т.н., доц.

(уч. степень, звание)

(подпись, дата 10.02.2025)

Е.А. Фролова

(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института ФГНИ по методической работе

доц., к.т.н.

(должность, уч. степень, звание)

(подпись, дата 10.02.2025)

Н.Ю. Ефремов

(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Маркетинговые исследования в техносфере» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 20.03.01 «Техносферная безопасность» направленности «Инжиниринг и цифровизация систем обеспечения безопасности техносферы». Дисциплина реализуется кафедрой «№5».

Дисциплина не является обязательной при освоении обучающимся образовательной программы и направлена на углубленное формирование следующих компетенций:

УК-8 «Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов»

ПК-1 «Способен принимать участие в научно-исследовательских разработках по профилю подготовки в составе коллектива: систематизировать информацию по теме исследований, принимать участие в экспериментах, обрабатывать полученные данные с использованием информационных технологий и цифровых средств»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными положениями, принципами, методами и особенностями осуществления маркетинга при обеспечении безопасности техносферы.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Язык обучения по дисциплине русский

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Маркетинговые исследования в техносфере» является предоставление знаний об основных положениях, принципах, методах и особенностях осуществления маркетинга при обеспечении техносферной и экологической безопасности.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение теоретических основ маркетинга в техносферной безопасности, природообустройстве и водопользовании;
- изучение новейших инструментов формирования и реализации комплекса экологического маркетинга на различных уровнях;
- приобретение практических навыков применения маркетинговых методов и приемов на рынке экологических товаров, в природообустройстве, водопользовании.

1.2. Дисциплина является факультативной дисциплиной по направлению образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.3.1 знать классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; принципы организации безопасности труда на предприятии и рационального природопользования
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен принимать участие в научно-исследовательских разработках по профилю подготовки в составе коллектива:	ПК-1.3.2 знать цифровые средства для поиска информации по теме исследований, информационные технологии, в том числе интеллектуальные, для выполнения расчетов и порядок работы с ними ПК-1.У.1 уметь выполнять поиск данных по теме исследований с использованием цифровых средств информационных

	систематизировать информацию по теме исследований, принимать участие в экспериментах, обрабатывать полученные данные с использованием информационных технологий и цифровых средств	технологий, включая интеллектуальные ПК-1.В.1 владеть навыками проведения анализа научных данных, результатов экспериментов и наблюдений
--	--	--

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Безопасность жизнедеятельности»»,
- «Инженерная экология»,
- «Натурные эксперименты и исследование геосистем».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины , 3Е/ (час)	2/ 72	2/ 72
Из них часов практической подготовки	8	8
Аудиторные занятия , всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа , всего (час)	38	38
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет	Зачет

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий. Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
Раздел 1. Предмет маркетинга. Маркетинговый комплекс.	4	4			8
Раздел 2. Маркетинговая среда и маркетинговые исследования.	4	4			8
Раздел 3. Товар. Ценообразование. Распространение. Продвижение.	3	4			8
Раздел 4. Стратегическое планирование.	3	5			6
Раздел 5. Особенности применения маркетинга в техносферной безопасности, природообустройстве и водопользовании	3	0			8
Итого в семестре:	17	17			38
Итого	17	17	0	0	38

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Раздел 1. Предмет маркетинга. Маркетинговый комплекс. Рассмотрение и анализ различных подходов к определению маркетинга, основных понятий (нужды, потребности, запросы, товар, рынок и др.), основных функций маркетинга. Сравнительный анализ основных концепций маркетинга. Особенности маркетинга в предприятиях общественного питания. Рассмотрение элементов маркетингового комплекса.
2	Раздел 2. Маркетинговая среда и маркетинговые исследования. Рассмотрение понятия и роли маркетинговой среды, факторов макро- и микросреды. Рассмотрение системы и различных видов маркетинговой информации. Необходимость, роль, наиболее типичные задачи маркетинговых исследований. Рассмотрение основных этапов, методов и инструментов маркетингового исследования.
3	Раздел 3. Товар. Ценообразование. Распространение. Продвижение. Рассмотрение трех уровней товара на конкретных примерах. Классификация товаров по различным признакам – на

	<p>примерах. Анализ особенностей продукции предприятий общественного питания.</p> <p>Рассмотрение этапов жизненного цикла продуктов туристической индустрии, анализ изменения объема продаж и прибыли.</p> <p>Рассмотрение маркетинговых стратегий на всех этапах ЖЦП.</p> <p>Изучение торговых марок и основных марочных стратегий.</p> <p>Рассмотрение товарного ассортимента и стратегий его построения на конкретных примерах.</p> <p>Рассмотрение цены как экономической и маркетинговой категории, организации ценообразования, влияния внутренних и внешних факторов ценообразования, основных стратегий установления цен на новые товары, различных стратегий корректировки цен.</p> <p>Рассмотрение роли распространения в реализации целей организации, взаимосвязи стратегии распределения с другими элементами маркетингового комплекса. Изучение сущности, функций, основных вариантов построения каналов распределения. Необходимость и функции посредников, основные их типы в каналах распределения.</p> <p>Рассмотрение основных видов маркетинговых систем (традиционных, вертикальных, горизонтальных, комбинированных), особенностей их организации в туристической индустрии, принципов функционирования. Особенности распространения продукции предприятий общественного питания. Понятие, роль, законодательное регулирование, основные формы франчайзинга. Рассмотрение комплекса продвижения. Сравнительный анализ элементов комплекса (реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личная продажа, прямой маркетинг). Изучение маркетинговых коммуникаций, схемы построения коммуникационной системы, эволюции средств коммуникации.</p> <p>Рассмотрение вопросов выбора обращения (содержание, форма, источники), средств распространения обращения (каналы личной и неличной коммуникации, установление обратной связи). Изучение основных подходов к разработке общего бюджета на продвижение. Рассмотрение факторов, влияющих на формирование программы продвижения.</p>
4	<p>Раздел 4 Стратегическое планирование.</p> <p>Рассмотрение понятия, основных элементов и этапов стратегического планирования, роли в нем маркетинга.</p> <p>Определение миссии, стратегических целей и задач организации и отдельных подразделений. Анализ сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз.</p>

	Рассмотрение методов анализа и планирования бизнес-портфеля организации, разработки стратегий роста.
5	<p>Раздел 5. Особенности применения маркетинга в техносферной безопасности, природообустройстве и водопользовании.</p> <p>Особенности продвижения экологических товаров на рынке. Экологическая маркировка. Гринвошинг как недобросовестный инструмент экологического маркетинга. Оценка соответствия экологического товара разнонаправленным интересам субъектов рынка и согласование их интересов. Оценка риска взаимодействия с субъектами рынка экологических товаров. Оптимизация издержек на продвижение экологических товаров различного уровня мотивации потребления. Теоретические основы экономического регулирования экологической деятельности предприятий. Определение целесообразности применения методов мотивирования экологизации деятельности предприятий. Оптимизация инструментов экономического мотивирования экологизации производства.</p>

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7					
1	Анализ рынка для природоохранной компании	Практическая работа	4	2	1
2	Оценка степени комфортности рынка для природоохранной компании методом GETS-анализа	Практическая работа	4	2	2
3	Определение доли конкурентов природоохранной компании	Практическая работа	4	2	3
4	Анализ потребителей услуг природоохранной компании	Практическая работа	3	2	4
5	Определение конкурентных	Практическая работа	2	0	4

	преимуществ и недостатков природоохранной компании				
Всего			17	8	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	15	15
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	13	13
Всего:	38	38

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме
--------------------	--------------------------	--

		электронных экземпляров)
https://znanium.ru/catalog/document?id=438343	Маньковская, З. В. Экология и бизнес = Green Business : учебное пособие / З.В. Маньковская. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 144 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006496-3. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1793980	Рыжикова, Т. Н. Анализ деятельности конкурентов : учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 267 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/7302. - ISBN 978-5-16-010215-3. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/2083017	Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 292 с. - ISBN 978-5-394-05145-6. - Текст : электронный	
https://znanium.com/catalog/product/1290482	Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования : практикум / В.Т. Гришина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 58 с. - ISBN 978-5-9558-0348-7. - Текст : электронный.	
https://znanium.com/catalog/product/1818642	Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник / Б. Е. Токарев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 512 с. - ISBN 978-5-9776-0175-7. - Текст : электронный.	
https://znanium.ru/catalog/product/2161317	Николаева, М. А. Маркетинговые коммуникации : учебник / М. А. Николаева, И. А. Рамазанов, В. М. Комаров. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 230 с. - ISBN 978-5-394-05946-9. - Текст : электронный.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://guap.ru/m/science	Портал научной и инновационной деятельности ГУАП
http://www.opengost.ru/	Портал нормативных документов
http://elementy.ru	Сайт о фундаментальной науке

https://elibrary.ru	Электронная научная библиотека
https://scholar.google.ru	Google Академия
https://rospatent.gov.ru/ru	Роспатент. Федеральная служба по интеллектуальной собственности

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	MS Office 2010-2013 и MS Windows

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Научный журнал «Инновационное приборостроение»

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Лекционная аудитория	
2	Мультимедийная лекционная аудитория	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1.	Сформулируйте основные понятия маркетинга: определение, основные функции, цели и задачи маркетинговой деятельности в обеспечении техносферной безопасности	УК-8.3.1
2.	Сформулируйте основные концепции маркетинга (совершенствование производства, товара, интенсификации коммерческих усилий и др.).	УК-8.3.1

3.	Сформулируйте миссию природоохранных организаций	УК-8.3.1
4.	Сформулируйте миссию организаций водопользования	УК-8.3.1
5.	Сформулируйте понятие маркетинговая микросреда: понятие, основные факторы, особенности их влияния в сфере обеспечения техносферной безопасности	УК-8.3.1
6.	Сформулируйте понятие маркетинговая макросреда: понятие, основные факторы, особенности их влияния в сфере обеспечения техносферной безопасности	УК-8.3.1
7.	Сформулируйте понятие маркетинговые посредники, их функции, особенности	УК-8.3.1
8.	Сформулируйте понятие клиентурные рынки, охарактеризуйте их особенности	УК-8.3.1
9.	Проведите маркетинговое исследование. Дайте определение маркетинговой информации.	ПК-1.У.1
10.	Сформулируйте понятие «маркетинговое исследование», как происходит планирование и организация сбора первичной информации, перечислите основные этапы.	ПК-1.3.2
11.	Сформулируйте понятие «маркетинговое исследование», как происходит определение структуры и объема выборки, приведите примеры.	ПК-1.3.2
12.	Сформулируйте понятие «маркетинговое исследование», обоснуйте выбор метода сбора первичной информации (наблюдение, эксперимент, опрос), перечислите основные критерии.	ПК-1.3.2
13.	Сформулируйте понятие «маркетинговое исследование», дайте подробное описание подготовки опроса, разработки анкеты (требования к формулировке, составу, последовательности вопросов)	ПК-1.3.2
14.	Сформулируйте понятие объекты маркетинговых исследований: сбытовые территории, потребительский спрос, конкурентная среда.	ПК-1.3.2
15.	Сформулируйте маркетинговые исследования рынка природообустройства и водопользования, перечислите этапы исследований.	ПК-1.3.2
16.	Перечислите основные результаты маркетингового исследования, перечислите содержание отчета.	ПК-1.3.2
17.	Перечислите факторы, влияющие на поведение покупателя. Отранжируйте их от самого существенного к наименее существенному	УК-8.3.1
18.	Охарактеризуйте источники информации. Приведите примеры внутренних и внешних источников информации.	ПК-1.У.1
19.	Сформулируйте определение позиционирование продукта на рынке, перечислите критерии и основные направления позиционирования продукта.	ПК-1.3.2
20.	Сформулируйте как происходит сегментация спроса на услуги, перечислите основные исследования рыночных сегментов.	ПК-1.3.2
21.	Проведите классификацию товарных рынков (по видам товаров, по территориальному признаку и др.), выделите особенности работы с ними	ПК-1.В.1
22.	Рассмотрите типы товарных рынков по степени освоенности (потенциальный, доступный, целевой, освоенный), выявите особенности работы с ними.	ПК-1.В.1

23.	Проведите сегментирование рынка индивидуальных потребителей, выделите основные критерии	ПК-1.В.1
24.	Провести сегментирование рынка организованных потребителей (организаций), выделить основные критерии	ПК-1.В.1
25.	Сформулируйте виды конкурентных преимуществ и их использование при позиционировании фирмы и ее продукции	ПК-1.3.2
26.	Сформулируйте понятие «товар»: определение, виды товаров, особенности продукции предприятий природооборудования и водопользования	ПК-1.3.2
27.	Сформулируйте понятие торговые марки: понятие, роль, виды торговых марок	ПК-1.3.2
28.	Сформулируйте понятие товарный ассортимент, приведите примеры реализации	ПК-1.3.2
29.	Сформулируйте понятие жизненный цикл товара, дайте подробное описание каждого этапа жизненного цикла товара	ПК-1.3.2
30.	Охарактеризуйте методы ценообразования	ПК-1.У.1
31.	Перечислите основные направления планирования работы по продвижению услуг	ПК-1.У.1
32.	Сформулируйте цели и задачи рекламной деятельности, приведите примеры для рекламной деятельности в сфере обеспечения экологической безопасности	ПК-1.3.2
33.	Охарактеризуйте внутреннюю и внешнюю рекламу, приведите примеры	ПК-1.У.1
34.	Сформулируйте понятие прямой маркетинг, его основные средства и формы	ПК-1.3.2
35.	Сформулируйте понятие событийный маркетинг, его основные средства и формы	ПК-1.3.2
36.	Сформулируйте каким образом осуществляется стимулирование продаж, охарактеризуйте основные средства и формы этой работы	ПК-1.3.2
37.	Сформулируйте понятие связи с общественностью, охарактеризуйте их роль и значение для продвижения услуг	УК-8.3.1
38.	Разработайте стратегию маркетинга	ПК-1.У.1
39.	Сформулируйте понятие стратегический аудит. Каким образом происходит SWOT-анализ	ПК-1.3.2
40.	Сформулируйте понятие разработка стратегий роста компании (матрица развития товара/рынка), приведите примеры применения такой матрицы	ПК-1.3.2
41.	Охарактеризуйте основные маркетинговые стратегии	ПК-1.У.1
42.	Охарактеризуйте роль маркетинга в стратегическом планировании	ПК-1.У.1
43.	Сформулируйте понятие маркетинговая информационная система. Цели, структура, объекты использования	ПК-1.3.2
44.	Сформулируйте понятие экологическая маркировка, перечислите виды маркировок, приведите примеры применения экологической маркировки, какие стандарты учитываются.	ПК-1.3.2
45.	Дайте оценку деятельности предприятия, выявите основные показатели, указывающие на гринвошинг.	ПК-1.В.1
46.	Проведите оценку соответствия экологического товара разнонаправленным интересам субъектов рынка	ПК-1.В.1
47.	Проведите анализ производства и примените методы экологизации производства.	ПК-1.В.1

48.	Примените инструменты экономического мотивирования для экологизации производства	ПК-1.В.1
-----	--	----------

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1.	Прочитайте текст и запишите развернутый и обоснованный ответ: Перечислите признаки гринвошинга.	УК-8.3.1
2.	Прочитайте текст и выберите правильный вариант ответа: Дайте определение «связи с общественностью»: А) действия по установлению отношений с общественностью, включающие проведение программ, целью которых является продвижение или защита имиджа компании или ее товаров, а также опровержение или предупреждение нежелательных слухов, сплетен и событий Б) средство маркетинговых коммуникаций, заключающееся в применении разнообразных, преимущественно краткосрочных, побудительных средств, призванных ускорить или увеличить продажи отдельных товаров или услуг потребителям или торговым компаниям В) любая оплачиваемая конкретным заказчиком форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг Г) деятельность телефонных операторов, направленная на привлечение новых покупателей и осуществление контактов с клиентами для определения уровня их удовлетворения или приема заказов	УК-8.3.1
3.	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор вариантов ответа. Выберите основные положения для функционирования государственного обязательного экологического страхования: А) определение отраслей, подотраслей и предприятий, подлежащих страхованию в обязательном порядке; Б) разработка отраслевых методик по экологическому страхованию; В) формирование банка статистических данных в тех отраслях, которые из-за нарушения экологической обстановки, бедствий, аварий и катастроф наносят наибольший ущерб окружающей среде; Г) установление ставок страховых платежей с дифференциацией их по отраслям деятельности и объектам страхования, включая	УК-8.3.1

	крупные концерны и корпорации; Д) утверждение нормативных документов, определяющих перечень страховых случаев																									
4.	Прочитайте текст и установите последовательность. В какой последовательности проходит процесс принятия решения о приобретении экологического товара или услуги? А) поиски информации Б) осознание проблемы В) принятие решение о покупке Г) оценка вариантов Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.	УК-8.3.1																								
5.	<div>Прочитайте текст и установите соответствие</div> <table><tr><td>1.</td><td>S</td><td>А</td><td>внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели</td></tr><tr><td>2.</td><td>W</td><td>Б</td><td>свойства проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли</td></tr><tr><td>3.</td><td>O</td><td>В</td><td>внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели</td></tr><tr><td>4.</td><td>T</td><td>Г</td><td>свойства, ослабляющие проект</td></tr></table> <div>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:</div> <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1.	S	А	внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели	2.	W	Б	свойства проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли	3.	O	В	внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели	4.	T	Г	свойства, ослабляющие проект	А	Б	В	Г					УК-8.3.1
1.	S	А	внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели																							
2.	W	Б	свойства проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли																							
3.	O	В	внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели																							
4.	T	Г	свойства, ослабляющие проект																							
А	Б	В	Г																							
5.	Прочитайте текст и запишите развернутый и обоснованный ответ: Охарактеризуйте внутренние и внешние источники информации.	ПК-1.3.2																								
6.	Прочитайте текст и выберите правильный вариант ответа: Укажите характеристику, определяющую размер выборки: 1) стандартное отклонение; 2) корреляция; 3) доверительный интервал; 4) медиана.	ПК-1.3.2																								
7.	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор вариантов ответа. Определите факторы, которые рассматриваются при проведении PEST-анализа. А) Правовые факторы Б) Экологические факторы В) Технологические факторы Г) Инфраструктурные факторы	ПК-1.У.1																								
8.	Прочитайте текст и установите последовательность ключевых этапов разработки маркетинговой стратегии А) Выбор маркетинговых инструментов Б) Определение целей маркетинга В) Разработка и реализация плана Г) Анализ рынка Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.	ПК-1.В.1																								

9.	Прочитайте текст и установите соответствие.				ПК-1.В.1
	А Базовые стратегии.	1 Стратегия интенсивного роста, стратегия диверсифицированного роста.			
	Б Конкурентные стратегии	2 Лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование			
	В Глобальные стратегии	3 Расширение, удержание, сбор урожая, деинвестирование			
	Г Стратегии роста	4 Стратегия интернационализации, стратегия глобализации, стратегия корпорации			
	Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:				
	А	Б	В	Г	

Система оценивания тестовых заданий:

1 тип) Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип) Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип) Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип) Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип) Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

- лекции согласно разделам (табл.3) и темам (табл.4).
- изложение основных теоретических вопросов в рамках рассматриваемой темы;
- описание терминов и определений;
- ответы на вопросы студентов по пониманию способов применения необходимых инструментов;
- описание основных нормативно-технических;
- выводы и обобщение изложенного материала;
- ответы на возникающие вопросы по теме лекции;
- по ходу лекции студенты могут задавать вопросы преподавателю, дождавшись окончания текущей фразы (прерывать преподавателя недопустимо);
- если после объяснения преподавателя остались невыясненные положения, то их следует уточнить;
- материал, излагаемый преподавателем, следует конспектировать.

При завершении рассматриваемой темы дается краткий комментарий о ее связи с другими темами курса.

Методические материалы для освоения лекционного материала. Источники, представленные в разделах 6 и 7 РПД.

Рекомендуется вести конспект лекции следующим образом:

Каждый смысловой раздел целесообразно начинать с абзаца с новой строки. При появлении интересных мыслей, вопросов по поводу соответствующей информации, или услышав важный комментарий преподавателя, студент может отметить это таким образом, чтобы было ясно, к какому разделу лекции эти пометки относятся, насколько важными их считает преподаватель, какое внимание следует уделить подробному их анализу, изучению. В зависимости от значимости текста целесообразно выделять его цветным маркером. В случае, когда преподаватель даёт лекции не в традиционной, а в интерактивной форме, необходимо внимательно выслушать правила и активно работать, выполняя указания преподавателя.

Посещение лекций является обязательным и, в случае пропуска занятия, обучающийся должен изучить его содержание самостоятельно.

11.2. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий.

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Для прохождения курса практических занятий студент должен:

- ознакомиться с планом проведения каждого занятия,
- перед каждым занятием изучать теоретический материал, необходимый для выполнения предусмотренных планом заданий, анализировать исследуемые проблемы и готовить вопросы по теме занятия,
- в установленные сроки выполнять индивидуальные практические задания и участвовать в дискуссиях и коллективном решении поставленных задач,
- следовать ходу управляемой дискуссии и указаниям преподавателя.

Задание к выполнению практической работы выдается преподавателем в начале занятия в соответствии с планом занятий. Темы практических работ приведены в табл. 5 данной программы.

Выполнение практической работы состоит из трех этапов:

- аналитического;

- расчетно-графического;
- контрольного в виде защиты отчета.

Структура и форма отчета о практической работе

Отчет о практической работе должен содержать: титульный лист, основную часть, выводы по результатам исследований.

На титульном листе должны быть указаны: название дисциплины, название практической работы, фамилия и инициалы преподавателя, фамилия и инициалы студента, номер его учебной группы и дата защиты работы.

Основная часть должна содержать задание, результаты экспериментально-практической работы, расчетно-аналитические материалы, листинг кода/скрин экрана.

Выводы по проделанной работе должны содержать основные результаты по работе.

Требования к оформлению отчета о практической работе

Титульный лист отчета должен соответствовать шаблону, приведенному в секторе нормативной документации ГУАП <https://guap.ru/regdocs/docs/uch>

Оформление основной части отчета должно быть оформлено в соответствии с ГОСТ 7.32-2017. Требования приведены в секторе нормативной документации ГУАП <https://guap.ru/regdocs/docs/uch>

При формировании списка источников студентам необходимо руководствоваться требованиями стандарта ГОСТ 7.0.100-2018. Примеры оформления списка источников приведены в секторе нормативной документации ГУАП. <https://guap.ru/regdocs/docs/uch>

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

Методические рекомендации по составлению конспекта по самостоятельной работе

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта.

2. Выделите главное, составьте план.

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора.

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого

предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Все методические указания по прохождению текущего контроля успеваемости выкладываются в личный кабинет <https://pro.guap.ru/>.

В течение семестра обучающиеся:

- выполняют практические работы, отчеты загружают в личный кабинет обучающегося;
- выполняют задания и тестирования по материалам лекции в среде LMS.

Для текущего контроля успеваемости используются вопросы, приведенные в таблице 16, и тесты, приведенные в таблице 18.

В течение семестра обучающиеся защищают практические работы (5 шт.)

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Зачет выставляется на основании выполненных в течение семестра всех практических работ и написании итогового тестирования или прохождения собеседования.

Подготовка обучающихся к зачету включает:

- Самостоятельную работу в течение семестра.
- Непосредственную подготовку в дни, предшествующие зачету.

Подготовку к зачету целесообразно начинать с планирования и подбора литературы. Прежде всего, следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к зачету, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать.

Литература для подготовки к зачету обычно рекомендуется преподавателем. Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников (учебных пособий). Студент сам вправе придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от позиции преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Наиболее оптимальны для подготовки к зачету учебники и учебные пособия, рекомендованные Министерством науки и высшего образования.

Следует точно запоминать термины, классификации и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их сущность и отличить эти понятия от других.

Для более эффективного понимания программного материала полезно общаться с преподавателем на групповых и индивидуальных консультациях.

Система оценок при проведении текущего контроля и промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с руководящим документом организации РДО ГУАП. СМК 3.76 «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов и аспирантов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в ГУАП» <https://docs.guap.ru/smk/3.76.pdf>.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой