

Специальность	09.02.01 Компьютерные системы и комплексы
Наименование	Методические указания для студентов по выполнению внеаудиторной самостоятельной работы МДК 03.03 МАРКЕТИНГ
Автор(ы)	Лебедева Н.С., преподаватель ГБПОУ «СПК»
Организация-разработчик	ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ «САМАРСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Рецензент(ы)	Грачева О.В. (заведующая отделением технических специальностей, Дизайна и Коммерции) Талабаева О.В. (преподаватель ГБПОУ СО "ТПК")
Аннотация	<p>Методические указания по выполнению внеаудиторной самостоятельной работы студентов являются частью программы подготовки специалистов среднего звена ГБПОУ «СПК» по специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы.</p> <p>Методические указания по выполнению внеаудиторной самостоятельной работы адресованы студентам очной формы обучения.</p> <p>Методические указания включают в себя различные виды внеаудиторной самостоятельной работы, указания по их выполнению и формы контроля.</p>

## Введение

### УВАЖАЕМЫЙ СТУДЕНТ!

Методические указания по выполнению внеаудиторной самостоятельной работы по МДК 03.03 МАРКЕТИНГ созданы Вам в помощь для работы.

Приступая к выполнению внеаудиторной самостоятельной работы, Вы должны внимательно ознакомиться с требованиями к уровню Вашей подготовки в соответствии с федеральным государственным стандартом среднего профессионального образования.

В результате освоения МДК 03.03 МАРКЕТИНГ Вы должны:

уметь:

- обеспечивать сбор данных для введения базы данных клиентов;
- консультировать пользователей в процессе эксплуатации компьютерных систем, сетей и комплексов;
- содействовать заказчику в выборе варианта решения комплектации компьютерных систем и комплексов;
- применять средства и методы маркетинга;
- оценивать качество продукции, анализировать и оценивать товарную политику в отрасли;
- осуществлять поиск, сбор, обработку и анализ маркетинговой информации в отрасли;
- проводить презентации продуктов информационных технологий.

знать:

- концепции рыночной экономики, составные элементы маркетинговой деятельности и их характеристику;
- правовое регулирование коммерческой деятельности;
- законодательство Российской Федерации по защите интеллектуальной собственности;
- номенклатуру потребительских свойств и показателей; оценку качества продукции;
- составные элементы товарной политики; основные этапы и конечные результаты маркетинговых исследований;
- методы и средства создания презентации продуктов информационных технологий.

Внеаудиторная самостоятельная работа направлена на овладение профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 3.1 Проводить контроль, диагностику и восстановление работоспособности компьютерных систем и комплексов

ПК 3.2 Проводить системотехническое обслуживание компьютерных

систем и комплексов

ПК 3.3 Принимать участие в отладке и технических испытаниях компьютерных систем и комплексов, инсталляции, конфигурировании и настройке операционной системы, драйверов, резидентных программ

ПК 3.4 Выявлять потребности клиента и его требования к компьютерной системе и (или) комплексу

ПК 3.5 Содействовать заказчику в выборе варианта комплектации компьютерных систем и комплексов с учетом выявленных требований

ПК 3.6 Информировать клиента об условиях эксплуатации выбранных вариантов технических решений

В процессе выполнения внеаудиторной самостоятельной работы Вас должны быть сформированы общие компетенции (ОК):

ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 03 Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях

ОК 04 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 05 Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности

ОК 06 Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 07 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий

ОК 08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 09 Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит инструктаж (консультацию) с определением цели задания, его содержания, сроков выполнения, основных требований к результатам работы, критериев оценки, форм контроля и перечня литературы.

Все задания внеаудиторной самостоятельной работы Вы должны выполнять в соответствии с инструкцией, анализировать полученные результаты по приведенной методике.

Отчет о выполнении внеаудиторной самостоятельной работы Вы должны выполнить по приведенному алгоритму.

**Внимание!** Если в процессе выполнения внеаудиторной самостоятельной работы у Вас возникают вопросы, разрешить которые

самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения разъяснений или указаний в дни проведения дополнительных занятий.

Время проведения дополнительных занятий можно узнать у преподавателя или посмотреть на двери его кабинета.

**Желаем Вам успехов!!!**

## Тематический план

Наименование раздела и темы	Кол-во часов на внеаудит. сам.раб.	Вид внеаудиторной самостоятельной работы	Форма контроля
<b>Раздел 1 Маркетинг</b>	<b>38</b>		
Тема 1.1 Социальные основы маркетинга	2	Подготовка сообщения	Защита сообщения
	4	Подготовка реферата	Защита реферата
Тема 1.2 Сегментация потребительского рынка	2	Подготовка к практической работе	Конспект темы
	4	Подготовка презентации	Демонстрация презентации
Тема 1.3 Окружающая среда маркетинга	2	Подготовка сообщения	Защита сообщения
	4	Подготовка презентации	Демонстрация презентации
Тема 1.4 Конкурентная среда	3	Подготовка реферата	Защита реферата
	3	Подготовка презентации	Демонстрация презентации
Тема 1.5 Товарно-сбытовая политика организации	2	Подготовка к практической работе	Конспект темы
	3	Подготовка презентации	Демонстрация презентации
Тема 1.6 Маркетинговые исследования и коммуникационная политика	3	Подготовка реферата	Защита реферата
	3	Подготовка презентации	Демонстрация презентации
Тема 1.7 Маркетинговые исследования и коммуникационная политика	3	Подготовка презентации	Демонстрация презентации
	2	Ответы на контрольные вопросы	Ответ на занятия
<b>ИТОГО</b>	<b>38</b>		

## Раздел 1 Маркетинг

### Тема 1.1 Социальные основы маркетинга

**Задание 1.** Подготовьте сообщение на одну из предложенных тем:

1. Концепции рыночной экономики
2. Социальные основы маркетинга

**Время на выполнение задания:** 2 часа.

**Форма отчетности:** сообщение предоставляется на листе формата А4.

**Литература:** [1, 5,8-10]

**Интернет-ресурсы:** [4-8]

**Методические рекомендации по подготовке сообщений:** см. Приложение 1.

**Задание 2.** Подготовьте реферат на одну из предложенных тем:

1. Изучение состояния и прогнозов развития потребительского рынка в России.
2. Модель предпринимательства и система маркетинга.

**Время на выполнение задания:** 3 часа.

**Форма отчетности:** реферат предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4, в папке.

**Литература:** [1, 5,9-16]

**Интернет-ресурсы:** [4-8]

**Методические рекомендации по подготовке реферата:** см. Приложение 2.

### Тема 1.2 Сегментация потребительского рынка

**Задание 1.** Подготовьте сообщение на тему:

1. Изучение Закона РФ «О защите прав потребителей»

**Время на выполнение задания:** 2 часа.

**Форма отчетности:** сообщение предоставляется на листе формата А4.

**Литература:** [1, 5,8-10]

**Интернет-ресурсы:** 9-18]

**Методические рекомендации по подготовке сообщений:** см. Приложение 1.

**Задание 2.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, подготовьте презентацию по теме:

1. Изучение состояния и прогнозов развития потребительского рынка в России.

**Время на выполнение задания:** 4 часа.

**Форма отчетности:** презентация предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4.

**Литература:** [1-3]

**Интернет-ресурсы:** [1-3]

**Методические рекомендации по составлению презентации:** см. Приложение 4.

### **Тема 1.3 Окружающая среда маркетинга**

**Задание 1.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, составьте конспект на тему:

1. Анализ рынка, его ёмкости

**Время на выполнение задания:** 2 час.

**Форма отчетности:** конспект оформляется в рабочей тетради.

**Литература:** [3,4]

**Интернет-ресурсы:** [9-10]

**Методические рекомендации по подготовке конспекта:** см. Приложение 3.

**Задание 2.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, подготовьте презентацию по теме:

1. Внешняя и внутренняя среда маркетинга

**Время на выполнение задания:** 4 часа.

**Форма отчетности:** презентация предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4.

**Литература:** [1-3]

**Интернет-ресурсы:** [1-3]

**Методические рекомендации по составлению презентации:** см. Приложение 4.

### **Тема 1.4 Конкурентная среда**

**Задание 1.** Подготовьте реферат на тему:

1. Изучение понятия и видов конкуренции

**Время на выполнение задания:** 3 часа.

**Форма отчетности:** реферат предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4, в папке.

**Литература:** [1, 5, 9-16]

**Интернет-ресурсы:** [1-8]

**Методические рекомендации по подготовке реферата:** см. Приложение 2.

**Задание 2.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, подготовьте презентацию по теме:

1. Конкуренция и конкурентная среда

**Время на выполнение задания:** 4 часа.

**Форма отчетности:** презентация предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4.

**Литература:** [11-18]

**Интернет-ресурсы:** [1-3]

**Методические рекомендации по составлению презентации:** см. Приложение 4.

### **Тема 1.5 Товарно-сбытовая политика организации**

**Задание 1.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, составьте конспект на тему:

1. Изучение понятия и видов конкуренции

**Время на выполнение задания:** 2 часа.

**Форма отчетности:** конспект оформляется в рабочей тетради.

**Литература:** [3-13]

**Интернет-ресурсы:** [1-7]

**Методические рекомендации по составлению конспекта:** см. приложение 3

**Задание 2.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, подготовьте презентацию по теме:

1. Изучение методов стимулирования сбыта

**Время на выполнение задания:** 3 часа.

**Форма отчетности:** презентация предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4.

**Литература:** [10-17]

**Интернет-ресурсы:** [1-11]

**Методические рекомендации по составлению презентации:** см. Приложение 4.

### **Тема 1.6 Ценовая политика**

**Задание 1.** Подготовьте реферат на тему:

1. Изучение Закона РФ «О рекламе»

**Время на выполнение задания:** 3 часа.

**Форма отчетности:** реферат предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4, в папке.

**Литература:** [1, 5, 9-16]

**Интернет-ресурсы:** [1-8]

**Методические рекомендации по подготовке реферата:** см. Приложение 2.

**Задание 2.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, подготовьте презентацию по теме:

1. Стратегии политики цен: понятие, виды, условия их применения

**Время на выполнение задания:** 3 часа.

**Форма отчетности:** презентация предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4.



**Литература:** [11-18]

**Интернет-ресурсы:** [1-3]

**Методические рекомендации по составлению презентации:** см. Приложение 4.

## **Тема 1.7 Маркетинговые исследования и коммуникационная политика**

**Задание 1.** Используя учебную литературу и электронные ресурсы, подготовьте презентацию по теме:

1. План маркетинга как часть бизнес – плана

**Время на выполнение задания:** 3 часа.

**Форма отчетности:** презентация предоставляется в компьютерном варианте на бумаге формата А4.

**Литература:** [1-8]

**Интернет-ресурсы:** [3-6]

**Методические рекомендации по составлению презентации:** см. Приложение 4.

**Задание 2.** Ответьте на контрольные вопросы по теме «Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований»:

1. Что такое Бенчмаркетинг?
2. Перечислите основные виды Бенчмаркетинга.
3. Каковы цели бенчмаркетинга?
4. Перечислите основные этапы Бенчмаркетинга.
5. Приведите пример реализации Бенчмаркетинга

**Время на выполнение задания:** 2 часа.

**Форма отчетности:** ответы на контрольные вопросы оформляются в рабочей тетради.

**Литература:** [11-18]

**Интернет-ресурсы:** [1-13]

**Методические рекомендации по подготовке ответов на контрольные вопросы:** см. Приложение 5.

### Подготовка сообщений

Подготовка сообщения – это вид внеаудиторной самостоятельной работы по подготовке небольшого по объему сообщения. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Оформляется задание письменно, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Последовательность подготовки сообщения:

1. Изучите литературу по теме.
2. Выделите основные понятия.
3. Подберите и введите в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения.
4. Оформите сообщение письменно или распечатайте.

### Критерии и показатели, используемые при оценивании сообщения

Критерий	Баллы
Грамотность сообщения	2
Новизна и актуальность материала	5
Владение терминологией	3

### Оценивание сообщения

- 10 баллов – «отлично»;
- 8-9 баллов – «хорошо»;
- 6-7 баллов – «удовлетворительно»;
- меньше 6 баллов – «неудовлетворительно».

## Методические рекомендации по подготовке реферата

Слово «реферат» происходит от латинского «refere», что означает «докладываю, сообщаю».

Реферат– это краткое изложение информации, взятой из одного или нескольких источников, в письменном виде или в форме публичного доклада. Как правило, реферат основан на нескольких текстах, таких как научная работа, книга, диссертация, подшивка статей, периодики и др.

Этапы подготовки реферата:

1. Подготовка и планирование.
2. Выбор и осознание темы реферата.
3. Подбор источников и литературы.
4. Работа с выбранными источниками и литературой.
5. Систематизация и анализ материала.
6. Составление рабочего плана реферата.
7. Письменное изложение материала по параграфам.
8. Редактирование, переработка текста.
9. Оформление реферата.
10. Защита реферата.

Структура реферата индивидуальна и зависит от особенностей научной работы и ее темы и традиционно включает в себя следующие части:

1. Титульный лист.
2. План(оглавление, содержание). В нем последовательно излагаются названия пунктов реферата (простой план). Реферат может структурироваться по главам и параграфам (сложный план). Здесь необходимо указать номера страниц, с которых начинается каждый пункт плана. Каждая глава начинается с новой страницы. Заголовки каждой главы, параграфа печатаются в середине строки, в конце заголовка точка не ставится. Не допускаются кавычки и переносы слов.

3. Вводная часть(введение). Формулируется тема реферата, определяется место рассматриваемой проблематики среди других научных проблем и подходов, т.е. автор объясняет ее актуальность и значимость. Дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема.

4. Основная часть. Структурируется по главам, параграфам. Основной материал излагается в форме связного, последовательного, доказательного повествования, иллюстрация автором основных положений. Подбор материала в основной части реферата должен быть направлен на рассмотрение и раскрытие основных положений выбранной темы; выявление собственного мнения обучающегося, сформированного на основе работы с источниками и литературой.

Обязательными являются ссылки на авторов, чьи позиции, мнения, информация использованы в реферате. Оформляются ссылки и цитаты в

соответствии с правилами. Ссылки могут быть двух видов: внутритекстовые и подстрочные.

Во внутритекстовых ссылках на произведение, включенное в список литературы, после упоминания о нем или после цитаты из него в скобках проставляют номер, под которым оно значится в списке.

Например:

Г. И. Щукина (10) отмечает, что «...».

В подстрочных ссылках приводят полностью библиографическое описание произведения, на которое дается ссылка. Такая ссылка располагается под текстом после линии длиной 2 см.

Например:

В тексте: «Хорошая, научно обоснованная технология обучения и воспитания – это и есть педагогическое мастерство», - пишет В.П. Беспалько в книге «Слагаемые педагогической технологии».\*

\*Беспалько В.П. Слагаемые педагогической технологии. - М., 1989.с.3.

При повторных ссылках на одно и то же произведение приводятся только фамилия и инициалы автора, заглавие произведения и соответствующие страницы.

5. Заключение. Подводятся итоги выполненной работы, краткое и четкое изложение выводов, анализ степени выполнения поставленных во введении задач. Подтверждается актуальность проблемы и перспективность, предлагаются рекомендации. Заключение должно быть кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Список используемой литературы. Указывается не менее 8-10 различных источников для реферата. Расположение источников следует по алфавиту: фамилии авторов и заглавий документов. В список вносится перечень всех изученных монографий, статей, учебников, справочников, энциклопедий и проч.

7. Приложение. Иллюстративный материал составляется параллельно написанию реферата. В него выносятся только самое главное по работе: выводы, обобщения, результаты сделанного автором анализа, иллюстрации вспомогательного характера, инструкции и методики, разработанные в процессе выполнения работы, таблицы вспомогательных цифровых данных.

Иллюстративного материала не должно быть слишком много, не более 3 страниц. На все таблицы, рисунки, схемы, графики должны быть сделаны ссылки: «Составлено автором», либо ссылка на источник.

Оформление текстового материала.

Текстовая часть работы должна быть представлена в компьютерном варианте на бумаге формата А4. Шрифт – TimesNewRoman, размер шрифта – 14, полуторный интервал, выравнивание по ширине. Страницы должны иметь поля (рекомендуемые): нижнее – 2; верхнее – 2; левое – 3; правое – 1,5. Объем реферата – 15-20 страниц. Все страницы работы должны быть подсчитаны, начиная с титульного листа и заканчивая последним приложением. Нумерация страниц должна быть сквозная, начиная с

введения и заканчивая последним приложением. Номер страницы ставится в правом углу нижнего поля.

### Критерии и показатели, используемые при оценивании реферата

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста Макс. - 20 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– актуальность проблемы и темы;</li> <li>– новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;</li> <li>– наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.</li> </ul>
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 30 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие плана теме реферата;</li> <li>– соответствие содержания теме и плану реферата;</li> <li>– полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;</li> <li>– обоснованность способов и методов работы с материалом;</li> <li>– умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;</li> <li>– умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.</li> </ul>
3. Обоснованность выбора источников Макс. - 20 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– круг, полнота использования литературных источников по проблеме;</li> <li>– привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).</li> </ul>
4. Соблюдение требований к оформлению Макс. - 15 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– правильное оформление ссылок на используемую литературу;</li> <li>– грамотность и культура изложения;</li> <li>– владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;</li> <li>– соблюдение требований к объему реферата;</li> <li>– культура оформления: выделение абзацев.</li> </ul>
5. Грамотность Макс. - 15 баллов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;</li> <li>– отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;</li> <li>– литературный стиль.</li> </ul>

#### Оценивание реферата

Реферат оценивается по 100 балльной шкале, баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

- 86 – 100 баллов – «отлично»;
- 70 – 75 баллов – «хорошо»;
- 51 – 69 баллов – «удовлетворительно»;
- менее 51 балла – «неудовлетворительно».

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Самарской области  
«Сызранский политехнический колледж»

РЕФЕРАТ  
на тему: «Изучение Закона РФ «О рекламе»»  
по МДК.03.03 маркетинг

Подготовил  
студент 420 группы  
Сидорова М.Т.

Проверил  
преподаватель  
Ужасная М.У.

Сызрань, 2020

## Методические рекомендации по подготовке конспекта

Конспект – сложная запись содержания исходного текста, включающая в себя заимствования (цитаты) наиболее примечательных мест в сочетании с планом источника, а также сжатый анализ записанного материала и выводы по нему.

Инструкция по составлению конспекта:

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.

### Критерии, используемые при оценивании конспекта

Критерий	Баллы
Составлен план материала	2
Выделение самого важного и необходимого	2
Краткий текст по каждому пункту	2
Маркировка текста	2
Логическая последовательность содержания	2

### Оценивание конспекта

- 10 баллов – «отлично»;
- 8-9 баллов – «хорошо»;
- 6-7 баллов – «удовлетворительно»;
- менее 6 баллов – «неудовлетворительно».

### Методические рекомендации по составлению презентации

1. Презентация должна быть выдержана в едином стиле, на базе одного шаблона.

2. Не делать слишком много слайдов. Нормальное время выступления – 5–10 минут. Исходя из этой цифры, рекомендуем делать не больше 10 слайдов.

3. В презентации PowerPoint недопустим мелкий шрифт. Оставляйте только главные тезисы. Делайте их крупным шрифтом. Не рекомендуется смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.

4. На проекторе, как правило, теряется цветопередача и ухудшается контрастность. Поэтому одним из лучших решений является темный шрифт и светлый фон.

На одном слайде рекомендуется использовать не более трех базовых цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста.

5. Ищите разумный баланс между текстом, графикой и анимацией.

6. Общие правила оформления текста:

- тщательное выравнивание текста, буквиц;
- горизонтальное расположение текстовой информации, в т.ч. и в таблицах;

- каждому положению, идее должен быть отведен отдельный абзац текста;

- основную идею абзаца располагать в самом начале – в первой строке абзаца (это связано с тем, что лучше всего запоминаются первая и последняя мысли абзаца);

- идеально, если на слайде только заголовок, изображение (рисунок, диаграмма, схема, таблица) и подпись к ней.

#### Критерии, используемые при оценивании конспекта

Критерий	Баллы
Составлен план материала	2
Выделение самого важного и необходимого	2
Краткий текст по каждому пункту	2
Маркировка текста	2
Логическая последовательность содержания	2

#### Оценивание конспекта

- 10 баллов – «отлично»;
- 8-9 баллов – «хорошо»;
- 6-7 баллов – «удовлетворительно»;
- менее 6 баллов - «неудовлетворительно».



### Ответы на контрольные вопросы

1. Внимательно прочитайте вопрос.
2. Прочитайте конспект. Определите дополнительные информационные источники и изучите информационные материалы. Уточните в справочной литературе непонятные слова.
3. Кратко сформулируйте и запишите ответ на контрольный вопрос в тетрадь, учитывайте лаконичность, значимость основных положений.
4. Аналогично выполните запись ответов на следующие контрольные вопросы в тетради.

### Критерии и показатели, используемые при оценивании ответов на контрольные вопросы

Критерий	Баллы
Грамотность ответов на контрольные вопросы	1
Степень раскрытия сущности вопросов	6
Владение терминологией	3

### Оценивание ответов на контрольные вопросы

- 10 баллов – «отлично»;
- 8-9 баллов – «хорошо»;
- 6-7 баллов – «удовлетворительно»;
- меньше 6 баллов – «неудовлетворительно».

## Список литературы и Интернет-ресурсов

### Список литературы

1. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2017. 264 с.
2. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. -2018. -№ 4. -С. 236 -247.
3. Баранчеев В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2014.
4. Баркалов, С. А. Формирование оптимального плана закупок. В 2 т. Т. 2/С. А. Баркалов, П. Н. Курочка, И. М. Смирнов, А. В. Щепкин//Современные сложные системы управления: материалы междунар. науч.-практ. конф./Воронеж. гос. арх.-строит. ун-т. -Воронеж, 2017. -С. 435-437.
5. Березина Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии. СМАЛЪТА. 2017. № 6. С. 18-20.
6. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т. А.Беркутова. -Ростов н/Д: Феникс, 2015. -254 с.
7. Галлямова Л. М. Функционально-стоимостный анализ сбытовой деятельности предприятия [Текст] / Л. М. Галлямова // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 563-567.
8. Гусарова О.М. Моделирование результатов бизнеса в менеджменте организации//Перспективы развития науки и образования. -Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2014. -С. 42-43.
9. Гусарова О.М. Методы и модели прогнозирования деятельности корпоративных систем//Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. -Тамбов: Юком, 2014. -С. 42-43.
10. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. 312 с.
11. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122
12. Жариков А.В., Горячев Р.А. Прогнозирование спроса и объема продаж: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 39 с.
13. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/П. С. Завьялов. -М.:ИНФРА-М, 2017. -496 с.
14. Задоя А.А. Совокупный спрос как фактор и результат экономического роста / Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. 2014. № 1.
15. Зильберштейн О.Б. Особенности российского бизнеса в новых экономических условиях. сборник статей / Московская междунар. высш. шк. бизнеса «МИРБИС» (Институт) ; [под ред. О. Б. Зильберштейна]. Москва, 2016.

16. Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии: учеб. пособие. М.: Изд-во МАИ, 2018. С. 34.
17. Игрунова О.М. Исследование подходов к определению понятия «Спрос» / Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2015. № 1.
18. Каплун В.В. Воздействие государства на совокупный спрос в условиях экономических санкций / Российское предпринимательство. 2014. № 23 (269).
19. Литвинова О. В. статья «Идентификация и оценка факторов, влияющих на развитие розничного рынка» //Управление экономическими системами. 2018. — № 2

### **Интернет-ресурсы**

1. <http://searchengineland.com/>
2. <https://moz.com/blog>
3. <https://serpstat.com/ru/blog>
4. <https://yandex.ru/blog/company>
5. <https://yandex.ru/blog/webmaster>
6. <https://habrahabr.ru/company/yandex>
7. <http://seoprofy.ua/>
8. <http://netpeak.net/ru/blog>
9. <https://research.yandex.ru/>
10. <https://yandex.ru/blog/direct>
11. <https://yandex.ru/blog/metrika-club>
12. <https://devaka.ru/>
13. <https://www.facebook.com/groups/seo.msk>
14. <https://www.simoahava.com/>
15. <http://vsevolodustinov.ru/>
16. <http://bablorub.blogspot.com/>
17. <http://alaev.info/>
18. <https://www.facebook.com/the.platon.schukin>