

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего**  
**образования «Вятский государственный университет»**  
**(«ВятГУ»)**  
**г. Киров**

Утверждаю  
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации  
РПД\_4-38.03.02.02\_2016\_53168

**Рабочая программа учебной дисциплины**  
**Директ-маркетинг**

|                          | <small>наименование дисциплины</small>                                |
|--------------------------|---|
| Квалификация выпускника  | Бакалавр пр.  |
| Направление подготовки   | 38.03.02<br><small>шифр</small>                                       |
|                          | Менеджмент<br><small>наименование</small>                             |
| Направленность (профиль) | 3-38.03.02.02<br><small>шифр</small>                                  |
|                          | Управление проектами<br><small>наименование</small>                   |
| Формы обучения           | Заочная, Очная<br><small>наименование</small>                         |
| Кафедра-разработчик      | Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)<br><small>наименование</small> |
| Выпускающая кафедра      | Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)<br><small>наименование</small> |

## Сведения о разработчиках рабочей программы учебной дисциплины Директ-маркетинг

наименование дисциплины

|                          |                                      |
|--------------------------|--------------------------------------|
| Квалификация выпускника  | Бакалавр пр.                         |
| Направление подготовки   | 38.03.02<br>шифр                     |
|                          | Менеджмент<br>наименование           |
| Направленность (профиль) | 3-38.03.02.02<br>шифр                |
|                          | Управление проектами<br>наименование |
| Формы обучения           | Заочная, Очная<br>наименование       |

### Разработчики РП

Кандидат наук: экономические науки, Березина Екатерина Александровна

степень, звание, ФИО

Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Сысолятин Алексей Витальевич

степень, звание, ФИО

Кандидат наук: кандидат экономических наук, Доцент, Катаева Наталья Николаевна

степень, звание, ФИО

### Зав. кафедры ведущей дисциплину

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна

степень, звание, ФИО

РП соответствует требованиям ФГОС ВО

РП соответствует запросам и требованиям работодателей

## Концепция учебной дисциплины

Данный курс ориентирован на формирование компетенций, необходимых для применения эффективных методов продвижения на основе директ-маркетинга, а также обеспечение приобретения знаний, умения и навыков в области организационно-управленческой, аналитической, научно-исследовательской деятельности в области директ-маркетинга, знакомство с методологическими основами, принципами организации директ-маркетинга, понятийным аппаратом и прикладными навыками продвижения продукции на потребительском рынке.

## Цели и задачи учебной дисциплины

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Цель учебной дисциплины   | Директ-маркетинг ориентируется на установление непосредственных контактов с представителями целевого рынка с тем, чтобы наилучшим образом представить товар/услугу с получением быстрой ответной реакции на предложение. Целью учебной дисциплины «Директ-маркетинг» является обучение студентов владению теоретической базой и практическими навыками в области директ-маркетинга, пониманию процесса директ-маркетинга как важного фактора достижения организацией наибольшей эффективности.   |
| Задачи учебной дисциплины | <ul style="list-style-type: none"><li>- познание теоретических основ директ-маркетинга;</li><li>- приобретение практических навыков по организации маркетинговой деятельности на предприятии с целью повышения его эффективности;</li><li>- развитие способностей в овладении рыночными механизмами в данном виде деятельности;</li><li>- овладение теорией и практикой достижений зарубежных специалистов в области директ-маркетинга и применение их с учетом национальных особенностей в экономике, традиций деятельности предприятий в области маркетинга;</li></ul> |

## Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

|   |   |
|---|---|
| Учебная дисциплина входит в блок                              | Б1  |
| Обеспечивающие (предшествующие) учебные дисциплины и практики | Введение в профессию<br>Деловые коммуникации<br>Информационные технологии в менеджменте<br>Исследование рынка<br>Корпоративный имидж<br>Маркетинг<br>Маркетинг товаров и услуг<br>Поведение потребителей<br>Управление маркетингом<br>Экономика организаций (предприятий) |

|  |  |
|--|--|
| Обеспечиваемые (последующие) учебные дисциплины и практики | Последующие учебные дисциплины и практики не предусмотрены основной образовательной программой |
|--|--|

**Требования к компетенциям обучающегося, необходимым для освоения учебной дисциплины (предшествующие учебные дисциплины и практики)**

**Дисциплина: Введение в профессию**

**Компетенция ОПК-1**

|   |   |  |
|---|---|--|
| владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности    |   |  |
| Знает   | Умеет   | Имеет навыки и (или) опыт деятельности   |
| базовые нормативные документы, регламентирующие разработки в различных отраслях, основные положения нормативно-правовых актов | использование в своей практике нормативно-правовых актов регулирующих профессиональную деятельность | навыками поиска, анализа и использования нормативно-правовых актов, реализации правовых норм в профессиональной деятельности |

**Дисциплина: Введение в профессию**

**Компетенция ОПК-7**

|  |  |   |
|--|--|---|
| способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности                          |  |   |
| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
| требования информационной безопасности и средства ее обеспечения в информационно-коммуникационных технологиях. Знает содержание стандартных задач профессиональной деятельности и подходы к их решению. Обладает навыками информационной и библиографической культуры; | готовить документы, формировать коммуникации высокой информационной и библиографической культуры при соблюдении требований информационной безопасности | навыками формировать информационное обеспечение своей профессиональной деятельности и работ по решению стандартных задач в рамках информационно-коммуникационных технологий при соблюдении правил информационной и библиографической культуры и требований информационной безопасности. |

**Дисциплина: Деловые коммуникации**

**Компетенция ОПК-4**

|  |   |  |
|--|---|--|
| способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации |   |  |
| Знает  | Умеет   | Имеет навыки и (или) опыт деятельности |
| специфику форм делового общения (деловых   | устанавливать контакт, использовать эффективные | методами преодоления коммуникативных и |

|   |  |   |
|---|--|---|
| совещаний, бесед, переговоров, дискуссий, презентаций, «круглых столов», пресс-конференций»), консультирования механизмы взаимодействия в деловом общении; специфику коммуникативных типов субъектов общения; | стратегии взаимодействия; выражать мысли; эффективно слышать и слушать партнера; | психологических барьеров. методами установления контакта, использования эффективной стратегии взаимодействия. |
|---|--|---|

**Дисциплина: Информационные технологии в менеджменте**

**Компетенция ОПК-7**

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности                |
|--|--|---|
| требования информационной безопасности и средства ее обеспечения в информационно-коммуникационных технологиях. Знает содержание стандартных задач профессиональной деятельности и подходы к их решению. Обладает навыками информационной и библиографической культуры; | готовить документы, формировать коммуникации высокой информационной и библиографической культуры при соблюдении требований информационной безопасности | Навыками информационной и библиографической культуры. |

**Дисциплина: Исследование рынка**

**Компетенция ПК-10**

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

| Знает   | Умеет   | Имеет навыки и (или) опыт деятельности                       |
|---|---|--|
| Математические и алгоритмические основы работы с информацией; Теорию вероятностей и статистические методы обработки | Использовать методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; Проектировать и создавать | Методами количественного и качественного анализа информации; |

|                           |   |  |
|---------------------------|---|--|
| экспериментальных данных. | экономические, финансовые и организационно-управленческие модели, адаптировать существующие модели к конкретным задачам менеджмента и развития организации. |  |
|---------------------------|---|--|

**Дисциплина: Исследование рынка**

**Компетенция ПК-12**

умением организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления)

| Знает   | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
|---|--|---|
| способы сбора и обработки данных о предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов методики расчета, оценки и прогнозирования показателей, характеризующих внешнеэкономические связи и конкурентоспособность хозяйствующих субъектов | организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления) | навыками сбора и обработки необходимых данных о деятельности хозяйствующих субъектов для решения задач в сфере предпринимательства, в том числе по оптимизации способов выхода компании на зарубежные рынки |

**Дисциплина: Исследование рынка**

**Компетенция ПК-17**

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

| Знает   | Умеет   | Имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
|---|---|---|
| инструменты маркетингового комплекса; инструменты сбора, оценки и обработки информации, нацеленной на проведение рыночных исследований; | проводить рыночные исследования на целевом рынке; формировать обоснованный и целостный информационный отчет по итогам маркетинговых исследований; | навыками использования инструментов маркетинга в разработке маркетинговых планов; методами разработки и реализации маркетинговых программ |

**Дисциплина: Корпоративный имидж**

**Компетенция ПК-2**

владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при

|   |   |   |
|---|---|---|
| проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной сфере                            |   |   |
| Знает   | Умеет   | Имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
| основные теории и концепции имиджа, взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами | проектировать межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе технологий управления корпоративным имиджем | Навыками проектирования групповых и организационных коммуникаций с использованием современных технологий управления имиджем |

**Дисциплина: Маркетинг**

**Компетенция ПК-5**

|  |  |  |
|--|--|--|
| способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений   |  |  |
| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности                   |
| содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основы товарной политики. основы политики продвижения. особенности сбытовой политики на рынках товаров и услуг. | использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга; | методами разработки и реализации маркетинговых программ; |

**Дисциплина: Маркетинг товаров и услуг**

**Компетенция ПК-5**

|  |  |  |
|--|--|--|
| способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений   |  |  |
| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности                   |
| содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основы товарной политики. основы политики продвижения. особенности сбытовой политики на рынках товаров и услуг. | использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга; | методами разработки и реализации маркетинговых программ; |



**Дисциплина: Поведение потребителей****Компетенция ПК-9**

|   |  |   |
|---|--|---|
| способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли |  |   |
| Знает   | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
| цели и методы маркетинговых исследований, факторы, влияющие на поведение потребителей и принятие потребителем решения о покупке;  | исследовать товарный ассортимент, выявлять потребности спроса; | методами анализа ситуации, складывающейся на рынке Российской Федерации и за рубежом. |

**Дисциплина: Управление маркетингом****Компетенция ПК-5**

|  |  |  |
|--|--|--|
| способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений   |  |  |
| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности                   |
| содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; основы товарной политики. основы политики продвижения. особенности сбытовой политики на рынках товаров и услуг. | использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга; | методами разработки и реализации маркетинговых программ; |

**Дисциплина: Экономика организаций (предприятий)****Компетенция ОК-3**

|  |  |  |
|--|--|--|
| способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности  |  |  |
| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности   |
| основы экономики организации (предприятий), особенности использования организационно-управленческих навыков в будущей профессиональной | использовать полученные теоретические знания на практике | методами оценки экономических показателей применительно к объектам профессиональной деятельности |

|              |  |  |
|--------------|--|--|
| деятельности |  |  |
|--------------|--|--|

**Дисциплина: Экономика организаций (предприятий)**

**Компетенция ПК-9**

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
|--|--|---|
| экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли, тенденции развития макроэкономической среды, и закономерности развития организаций и органов государственного и муниципального управления; | анализировать воздействие макроэкономической ситуации, выявлять факторы влияния на рынки и организации, управление организациями, органов государственного и муниципального управления | навыками выявления и оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, индуцируемые риски, прогнозировать поведение потребителей и объем спроса |

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

**Компетенция ПК-5**

|  |  |   |
|--|--|---|
| способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений |  |   |
| Знает  | Умеет  | Имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
| экономические основы директ-маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации;                          | использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, анализировать взаимосвязи между инструментами директ-маркетинга компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих и маркетинговых решений | инструментами директ-маркетинга, методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах. |

**Структура учебной дисциплины**  
**Тематический план**

| № п/п | Наименование разделов учебной дисциплины (модулей, тем) | Часов | ЗЕТ  | Шифр формируемых компетенций |
|-------|---|-------|------|------------------------------|
| 1     | Теоретические основы директ-маркетинга                  | 28.00 | 0.80 | ПК-5                         |
| 2     | Организация директ-маркетинга                           | 20.00 | 0.55 | ПК-5                         |
| 3     | Организация личных продаж                               | 20.00 | 0.55 | ПК-5                         |
| 4     | Подготовка и сдача промежуточной аттестации             | 4.00  | 0.10 | ПК-5                         |

**Формы промежуточной аттестации**

|                 |  |
|-----------------|--|
| Зачет           | 8 семестр (Очная форма обучения)<br>9 семестр (Заочная форма обучения)               |
| Экзамен         | Не предусмотрен (Очная форма обучения)<br>Не предусмотрен (Заочная форма обучения)   |
| Курсовая работа | Не предусмотрена (Очная форма обучения)<br>Не предусмотрена (Заочная форма обучения) |
| Курсовой проект | Не предусмотрена (Очная форма обучения)<br>Не предусмотрена (Заочная форма обучения) |

### Объем учебной дисциплины и распределение часов по видам учебной работы

| Форма обучения         | Курсы | Семестры | Общий объем (трудоемкость) |     | в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час |        |                                    |                      | Самостоятельная работа, час | Курсовая работа (проект), семестр | Зачет, семестр | Экзамен, семестр |
|------------------------|-------|----------|----------------------------|-----|--|--------|------------------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------|------------------|
|                        |       |          | Часов                      | ЗЕТ | Всего  | Лекции | Практические (семинарские) занятия | Лабораторные занятия |                             |                                   |                |                  |
| Очная форма обучения   | 4     | 8        | 72                         | 2   | 50   | 20     | 30                                 | 0                    | 22                          |                                   | 8              |                  |
| Заочная форма обучения | 5     | 9        | 72                         | 2   | 18   | 8      | 10                                 | 0                    | 54                          |                                   | 9              |                  |

## Содержание учебной дисциплины

### Очная форма обучения

| Код занятия  | Наименование тем (занятий)  | Трудоемкость |              |  |
|--|---|--------------|--------------|--|
|  |   | Общая        |              | В т.ч. проводимых в интерактивных формах |
|  |   | ЗЕТ          | Часов        |  |
| <b>Модуль 1 «Теоретические основы директ-маркетинга»</b> |   | <b>0.80</b>  | <b>28.00</b> |  |
|  | Лекция  |              |              |  |
| Л1.1   | Понятие, цели и сущность директ-маркетинга                                |              | 2.00         |  |
| Л1.2   | Элементы директ-маркетинга  |              | 2.00         |  |
| Л1.3   | Эволюция директ-маркетинга  |              | 2.00         |  |
| Л1.4   | Формы директ-маркетинга   |              | 2.00         |  |
|  | Практика, семинар   |              |              |  |
| П1.1   | Общественные и этические нормы прямого маркетинга                         |              | 2.00         |  |
| П1.2   | Преимущества и недостатки прямого маркетинга                              |              | 2.00         |  |
| П1.3   | Информационное обеспечение интегрированной системы директ-маркетинга      |              | 2.00         |  |
| П1.4   | Особенности использования форм директ-маркетинга                          |              | 4.00         |  |
|  | СРС   |              |              |  |
| С1.1   | Подготовка к практическим занятиям  |              | 4.00         |  |
| С1.2   | Подготовка к текущей аттестации   |              | 2.00         |  |
| С1.3   | Подготовка докладов   |              | 4.00         |  |
| <b>Модуль 2 «Организация директ-маркетинга»</b>          |   | <b>0.55</b>  | <b>20.00</b> |  |
|  | Лекция  |              |              |  |
| Л2.1   | Периодичность и этапы реализации директ-маркетинговой компании            |              | 2.00         |  |
| Л2.2   | Планирование бюджета и оценка эффективности директ-маркетинговой компании |              | 2.00         |  |
| Л2.3   | Директ-маркетинговый  |              | 2.00         |  |

|   |   |             |              |  |
|---|---|-------------|--------------|--|
|   | аудит   |             |              |  |
|   | Практика, семинар   |             |              |  |
| П2.1  | Оценка эффективности ДМ-кампании                                    |             | 4.00         |  |
| П2.2  | Выбор агентства или создание службы ДМ на предприятии               |             | 4.00         |  |
| П2.3  | Выбор целевого сегмента рынка                                       |             | 4.00         |  |
|   | СРС   |             |              |  |
| С2.1  | Подготовка к практическим занятиям                                  |             | 1.00         |  |
| С2.2  | Подготовка к текущей аттестации                                     |             | 1.00         |  |
| <b>Модуль 3 «Организация личных продаж»</b>                   |   | <b>0.55</b> | <b>20.00</b> |  |
|   | Лекция  |             |              |  |
| Л3.1  | Понятие и сущность личной продажи                                   |             | 2.00         |  |
| Л3.2  | Технология заключения сделки и техника управления личными продажами |             | 2.00         |  |
| Л3.3  | Сетевой и многоуровневый маркетинг                                  |             | 2.00         |  |
|   | Практика, семинар   |             |              |  |
| П3.1  | Этапы построения сети многоуровневого маркетинга                    |             | 2.00         |  |
| П3.2  | Ситуационное задание "Формирование имиджа успешного продавца"       |             | 4.00         |  |
| П3.3  | Перспективы развития электронного маркетинга в России               |             | 2.00         |  |
|   | СРС   |             |              |  |
| С3.1  | Подготовка к практическим занятиям                                  |             | 2.00         |  |
| С3.2  | Подготовка к текущей аттестации                                     |             | 4.00         |  |
| <b>Модуль 4 «Подготовка и сдача промежуточной аттестации»</b> |   | <b>0.10</b> | <b>4.00</b>  |  |
|   | Зачет   |             |              |  |
| 34.1  | Подготовка к зачету   |             | 4.00         |  |
| <b>ИТОГО</b>  |   | <b>2</b>    | <b>72.00</b> |  |

**Заочная форма обучения**

| Код занятия  | Наименование тем (занятий)  | Трудоемкость |              |  |
|--|---|--------------|--------------|--|
|  |   | Общая        |              | В т.ч. проводимых в интерактивных формах |
|  |   | ЗЕТ          | Часов        |  |
| <b>Модуль 1 «Теоретические основы директ-маркетинга»</b> |   | <b>0.80</b>  | <b>28.00</b> |  |
|  | Лекция  |              |              |  |
| Л1.1   | Понятие, цели и сущность директ-маркетинга                                |              | 1.00         |  |
| Л1.2   | Элементы директ-маркетинга  |              | 1.00         |  |
| Л1.3   | Эволюция директ-маркетинга  |              | 1.00         |  |
| Л1.4   | Формы директ-маркетинга   |              | 1.00         |  |
|  | Практика, семинар   |              |              |  |
| П1.1   | Общественные и этические нормы прямого маркетинга                         |              | 1.00         |  |
| П1.2   | Преимущества и недостатки прямого маркетинга                              |              | 1.00         |  |
| П1.3   | Информационное обеспечение интегрированной системы директ-маркетинга      |              | 1.00         |  |
| П1.4   | Особенности использования форм директ-маркетинга                          |              | 2.00         |  |
|  | СРС   |              |              |  |
| С1.1   | Подготовка к практическим занятиям  |              | 6.00         |  |
| С1.2   | Подготовка к текущей аттестации   |              | 7.00         |  |
| С1.3   | Подготовка докладов   |              | 6.00         |  |
| <b>Модуль 2 «Организация директ-маркетинга»</b>          |   | <b>0.55</b>  | <b>20.00</b> |  |
|  | Лекция  |              |              |  |
| Л2.1   | Периодичность и этапы реализации директ-маркетинговой компании            |              | 1.00         |  |
| Л2.2   | Планирование бюджета и оценка эффективности директ-маркетинговой компании |              | 1.00         |  |
| Л2.3   | Директ-маркетинговый аудит  |              |              |  |
|  | Практика, семинар   |              |              |  |
| П2.1   | Оценка эффективности ДМ-  |              | 1.00         |  |



|   |   |             |              |  |
|---|---|-------------|--------------|--|
|   | кампании  |             |              |  |
| П2.2  | Выбор агентства или создание службы ДМ на предприятии               |             | 1.00         |  |
| П2.3  | Выбор целевого сегмента рынка                                       |             | 1.00         |  |
|   | СРС   |             |              |  |
| С2.1  | Подготовка к практическим занятиям                                  |             | 8.00         |  |
| С2.2  | Подготовка к текущей аттестации                                     |             | 7.00         |  |
| <b>Модуль 3 «Организация личных продаж»</b>                   |   | <b>0.55</b> | <b>20.00</b> |  |
|   | Лекция  |             |              |  |
| Л3.1  | Понятие и сущность личной продажи                                   |             | 1.00         |  |
| Л3.2  | Технология заключения сделки и техника управления личными продажами |             | 1.00         |  |
| Л3.3  | Сетевой и многоуровневый маркетинг                                  |             |              |  |
|   | Практика, семинар   |             |              |  |
| П3.1  | Этапы построения сети многоуровневого маркетинга                    |             |              |  |
| П3.2  | Ситуационное задание "Формирование имиджа успешного продавца"       |             | 1.00         |  |
| П3.3  | Перспективы развития электронного маркетинга в России               |             | 1.00         |  |
|   | СРС   |             |              |  |
| С3.1  | Подготовка к практическим занятиям                                  |             | 8.00         |  |
| С3.2  | Подготовка к текущей аттестации                                     |             | 8.00         |  |
| <b>Модуль 4 «Подготовка и сдача промежуточной аттестации»</b> |   | <b>0.10</b> | <b>4.00</b>  |  |
|   | Зачет   |             |              |  |
| 34.1  | Подготовка к зачету   |             | 4.00         |  |
| <b>ИТОГО</b>  |   | <b>2</b>    | <b>72.00</b> |  |

Рабочая программа может использоваться в том числе при обучении по индивидуальному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении.



## **Описание применяемых образовательных технологий**

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

При обучении могут применяться дистанционные образовательные технологии и электронное обучение.

## Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и семинарские (практические, лабораторные) занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические (лабораторные) занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий.

Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические (лабораторные) задания и т.п. Для успешного проведения практического (лабораторного) занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной дисциплине может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита курсовой работы / проекта; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, навыков, компетенций.

Система оценки качества освоения учебной дисциплины включает входной контроль, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (модулю) (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ)).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение семестра.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение учебного периода.

## **Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по учебной дисциплине**

### **Учебная литература (основная)**

- 1) Бурцева, Т. А. Управление маркетингом в АПК [Электронный ресурс] / Бурцева Т. А.. - Москва : Издательство РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, 2011. - 279 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 2) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Маркетинговые исследования : практикум / Т. А. Бурцева ; ВГСХА, ЭФ, каф. Маркетинга и стратегического планирования. - Киров : [б. и.], 2012. - 242 с.. - Библиогр.: с. 212-213
- 3) Коротков, А. В. Маркетинговые исследования. Учебное пособие [Электронный ресурс] / Коротков А. В.. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 304 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 4) Интегрированные маркетинговые коммуникации. Учебник [Электронный ресурс] / . . - М. : Юнити-Дана, 2012. - 505 с.. - (Magister) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 5) Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. Учебник [Электронный ресурс]. - Москва : Юнити-Дана, 2012. - 376 с.. - (Зарубежный учебник) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 6) Гавриленко, Н. И. Маркетинг [Электронный ресурс] / Н.И. Гавриленко. - М.|Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

### **Учебная литература (дополнительная)**

- 1) Синяева, И. М. Маркетинг PR и рекламы. Учебник [Электронный ресурс] / Синяева И. М.. - Москва : Юнити-Дана, 2012. - 496 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 2) Талецкий, П. П. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг [Электронный ресурс] / П.П. Талецкий. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 90 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 3) Понятие маркетинга. Маркетинговые исследования и коммуникации. Ч. 2. Сборник студенческих работ [Электронный ресурс] / Игорь Куянцев. - Москва : Студенческая наука, 2012. - 1265 с.. - (Вузовская наука в помощь студенту) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".
- 4) Бачило, С. В. Директ-маркетинг : учеб. пособие / С. В. Бачило, И. В. Есинова, Л. А. Мишина. - Москва : Дашков и К°, 2011. - 209, [2] с.. - Библиогр.: с. 211

5) Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / Т. А. Бурцева [и др.] ; ВГСХА, ЭФ,каф. Маркетинга и стратегического планирования. - Киров : [б. и.], 2012. - 232 с.. - Библиогр.: с. 178-179

6) Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс] / Иган Джон. - 2-е изд.. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 376 с.. - (Зарубежный учебник) Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

7) Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / И.М. Синяева. - 3-е изд.. - Москва : Дашков и Ко, 2013. - 267 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

8) Информационный маркетинг [Электронный ресурс]. - Кемерово : КемГУКИ, 2013. - 82 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

#### **Учебно-методические издания**

1) Маркетинг : практикум / Т. А. Бурцева [и др.]. - Киров : [б. и.], 2012. - 145 с.. - Библиогр.: с. 119-121

2) Невоструев, П. Ю. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие [Электронный ресурс] / Невоструев П. Ю.. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 199 с. Полный текст находится в ЭБС "Университетская библиотека онлайн".

3) Владимиров, Владимир Викторович. Маркетинг в сети интернет : учебно-метод. пособие для студентов направления 38.03.06 всех профилей подготовки, всех форм обучения / В. В. Владимиров ; ВятГУ, ФЭМ, каф.СТД. - Киров : [б. и.], 2015. - 23 с.. - Библиогр.: с. 23

4) Бурцева, Татьяна Алексеевна. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебно-метод. пособие для студентов экономич. спец. всех профилей подготовки, всех форм обучения / Т. А. Бурцева, О. В. Фокина ; ВятГУ, ФЭМ, каф. МиМ. - Киров : [б. и.], 2015. - Библиогр.: с. 111

#### **Периодические издания**

1) Российский журнал менеджмента. - СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет. Высшая школа менеджмента На сайте журнала доступен архив полных текстов отдельных статей. (2012г., N1,2; 2011г., N4; 2010г., N1,2,4)

2) Российский экономический журнал : науч.- практ. изд.. - М. : НОУ ВПО "Университет менеджмента и бизнес-администрирования", 1958 - (2014г., N1-3; 2013г., N1-6; 2012г., N1-6; 2011г., N3,5,6; 2010г., N1-4; 2009г., N1/2,3/4,5,6,7/8,9/10,11/12)

3) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - Москва : Изд-во Финпресс На сайте журнала доступен архив полных текстов отдельных статей. (2015г., N1 (105),2 (106),3 (107),4 (108),5 (109); 2014г., N1 (99),2 (100),3 (101),4 (102),5 (103),6 (104); 2013г., N1-6; 2012г., N1-6; 2011г., N1-3,5,6; 2010г., N1-6; 2009г., N1,2)

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,  
необходимых для освоения дисциплины**

- 1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>
- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: [http://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program\\_ID=3-38.03.02.02](http://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.02)
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://student.vyatsu.ru>

**Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для  
самостоятельной работы**

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru))
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<http://biblio-online.ru>)

Используемые информационные базы данных и поисковые системы:

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент  
([http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content\\_ru/ru/inform\\_resources/inform\\_retrieval\\_system/](http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/inform_resources/inform_retrieval_system/))
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)



**Описание материально-технической базы, необходимой для  
осуществления образовательного процесса**

**Перечень специализированного оборудования**

| Перечень используемого оборудования   |
|---|
| МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-A141V С ЭКРАНОМ НАСТЕННЫМ 180*180СМ, ШТАТИВОМ PROFFIX 63-100СМ И КАБЕЛЕМ VGA 15.2М    |
| МУЛЬТИМЕДИА-ПРОЕКТОР CASIO XJ-A140V С ЭКРАНОМ НАСТЕННЫМ ПРОЕКТА ПРОФИ 180*180СМ И ШТАТИВОМ 63-100 И КАБЕЛЕМ VGA 15М |
| ПРОЕКТОР TOSHIBA TOP-D2 С ЭКРАНОМ, ПОТОЛОЧНЫМ КРЕПЛЕНИЕМ, КОЛОНКАМИ   |
| ИНТЕРАКТИВНАЯ ДОСКА SMART BOARD 480IV СО ВСТРОЕННЫМ ПРОЕКТОРОМ V25 С КАБЕЛЕМ VGA 15,2М С-GM/GM-50                   |
| СТОЛ НА МЕТАЛЛОКАРКАСЕ СКБ-01   |
| ЖАЛЮЗИ ВЕРТИК.13,32М.КВ   |
| ЖАЛЮЗИ ВЕРТИК.13,32М.КВ   |
| ЖАЛЮЗИ ВЕРТИК.13,32М.КВ   |
| ПРОЕКТОР Aser PD527W  |
| ПРОЕКТОР Aser PD527W  |
| КОММУТАТОР HP E2610-24  |
| ШКАФ ВСТРОЕННЫЙ /3050x2560x600мм/   |

**Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

| № п.п | Наименование ПО  | Краткая характеристика назначения ПО   | Производитель ПО и/или поставщик ПО | Номер договора                                   | Дата договора                    |
|-------|--|--|-------------------------------------|--|----------------------------------|
| 1     | Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» | Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO | ЗАО "Анти-Плагиат"                  | Лицензионный контракт №314                       | 02 июня 2017                     |
| 2     | MicrosoftOffice 365 StudentAdvantage   | Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы MicrosoftOffice, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами                                 | ООО "Рубикон"                       | Договор № 199/16/223-ЭА                          | 30 января 2017                   |
| 3     | Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic.   | Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями   | ООО "СофтЛайн" (Москва)             | ГПД 14/58  | 07.07.2014                       |
| 4     | Windows 7 Professional and Professional K  | Операционная система   | ООО "Рубикон"                       | Договор № 199/16/223-ЭА                          | 30 января 2017                   |
| 5     | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса  | Антивирусное программное обеспечение   | ООО «Рубикон»                       | Лицензионный договор №647-05/16                  | 31 мая 2016                      |
| 6     | Информационная система КонсультантПлюс   | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации  | ООО «КонсультантКиров»              | Договор № 559-2017-ЕП<br>Контракт № 149/17/44-ЭА | 13 июня 2017<br>12 сентября 2017 |
| 7     | Электронный периодический  | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации  | ООО «Гарант-Сервис»                 | Договор об информационно-                        | 01 сентября 2017                 |

|   |                                       |  |               |  |                 |
|---|---------------------------------------|--|---------------|--|-----------------|
|   | справочник «Система ГАРАНТ»           |  |               | правовом сотрудничестве №УЗ-43-01.09.2017-69 |                 |
| 8 | SecurityEssentials (Защитник Windows) | Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.                         | ООО «Рубикон» | Договор № 199/16/223-ЭА                      | 30 января 2017  |
| 9 | МойОфис Стандартный                   | Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах | ООО «Рубикон» | Контракт № 332/17/44-ЭА                      | 05 февраля 2018 |

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**Приложение к рабочей программе по учебной дисциплине**

Директ-маркетинг

наименование дисциплины

|   |   |
|---|---|
| Квалификация выпускника                 | Бакалавр пр.  |
| Направление подготовки                  | 38.03.02<br><small>шифр</small>                                       |
| Направленность (профиль)                | Менеджмент<br><small>наименование</small>                             |
| Формы обучения                          | Управление проектами<br><small>наименование</small>                   |
| Кафедра-разработчик Выпускающая кафедра | Заочная, Очная<br><small>наименование</small>                         |
|   | Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)<br><small>наименование</small> |
|   | Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)<br><small>наименование</small> |

## Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

### Этап: Входной контроль знаний по учебной дисциплине

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно

|         | Показатель   |  |   |
|---------|--|--|---|
|         | знает  | умеет  | имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
| Оценка  | экономические основы директ-маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации;  | использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, анализировать взаимосвязи между инструментами директ-маркетинга компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих и маркетинговых решений   | инструментами директ-маркетинга, методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах. |
|         | Критерий оценивания  |  |   |
|         | знает  | умеет  | имеет навыки и (или) опыт деятельности  |
| Отлично | концепцию маркетинговой деятельности, современные формы и методы продвижения, методы маркетинговых исследований, основы взаимодействия и поведения компании во внешней среде | использовать информация, полученную в результате маркетинговых исследований для разработки ДМ-маркетинговой кампании, использовать современные концепции маркетинга для организации ДМ-акций, иметь представление о различных структурах рынка и особенностях использования ДМ | методиками разработки и реализации ДМ-программ, организации продвижения продукции на основе ДМ, способами оценки эффективности оценки ДМ-кампании                   |

|                   |  |  |   |
|-------------------|--|--|---|
|                   |  | на них.  |   |
| Хорошо            | Проявляет знания, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает отдельные не критические ошибки, не искажающие сути рассматриваемого вопроса. Не в полной мере владеет теоретическим материалом в требуемом объеме, но в целом понимает общую картину рассматриваемого вопроса.               | Проявляет умения, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает отдельные не критические ошибки, не искажающие итогового результата. Не в полной мере способен проявить отдельные практические умения, требуемые для будущей профессиональной деятельности, но в целом ими обладает.                        | На среднем уровне владеет навыками, указанными в требованиях на оценку «отлично», уровень владения навыками не полностью развит, что может привести к возникновению отдельных не критических ошибок.  |
| Удовлетворительно | Проявляет знания, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает значительное количество не критических ошибок, не искажающие сути рассматриваемого вопроса. Не в полной мере владеет теоретическим материалом в требуемом объеме, но в целом понимает общую картину рассматриваемого вопроса. | Проявляет умения, указанные в требованиях на оценку «отлично», но при этом совершает значительное количество не критических ошибок, не искажающие итогового результата. Не в полной мере способен проявить значительную часть практических умений, требуемые для будущей профессиональной деятельности, но в целом ими обладает. | На низком уровне владеет навыками, указанными в требованиях на оценку «отлично», уровень владения навыками находится в начальной степени формирования, что может привести к возникновению значительного количества не критических ошибок. Значительная часть практических навыков сформирована не в полной мере, но в целом готов к их применению |

### Этап: Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: аттестовано, не аттестовано

| Оценка | Показатель |
|--------|------------|
|--------|------------|

|             | знает   | умеет  | имеет навыки и (или) опыт деятельности   |
|-------------|---|--|--|
|             | экономические основы директ-маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации;   | использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, анализировать взаимосвязи между инструментами директ-маркетинга компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих и маркетинговых решений   | инструментами директ-маркетинга, методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах.  |
|             | Критерий оценивания   |  |  |
|             | знает   | умеет  | имеет навыки и (или) опыт деятельности   |
| Аттестовано | сущность и достоинства директ-маркетинга; этапы разработки директ-маркетинговой кампании; основные направления и формы директ-маркетинга; - особенности организации директ-мэйл; особенности организации телемаркетинга; особенности организации телевизионного маркетинга; особенности организации электронного маркетинга; особенности организации личных продаж; технологию разработки бюджета и оценки эффективности директ-маркетинговой кампании. | планировать директ-маркетинговую кампанию; реализовать план директ-маркетинговой кампании; осуществлять расчет бюджета директ-маркетинговой кампании; оценивать эффективность директ-маркетинговой кампании; систематически повышать свою профессиональную квалификацию. | методиками оценки коммуникативной эффективности ДМ-кампании; методиками оценки экономической эффективности ДМ-кампании; методикой личных продаж; методикой составления ДМ-сообщений; методикой выбора целевого сегмента рынка. |

### Этап: Промежуточная аттестация по учебной дисциплине в форме зачета

Результаты контроля знаний на данном этапе оцениваются по следующей шкале с оценками: зачтено, не зачтено

|         | Показатель  |  |  |
|---------|---|--|--|
|         | знает   | умеет  | имеет навыки и (или) опыт деятельности   |
| Оценка  | экономические основы директ-маркетинга и практику применения комплекса маркетинга на предприятии или в организации;   | использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, анализировать взаимосвязи между инструментами директ-маркетинга компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих и маркетинговых решений   | инструментами директ-маркетинга, методикой грамотно составлять план проведения маркетинговых мероприятий, выделять целевые сегменты и группы на различных примерах.  |
|         | Критерий оценивания   |  |  |
|         | знает   | умеет  | имеет навыки и (или) опыт деятельности   |
| Зачтено | сущность и достоинства директ-маркетинга; этапы разработки директ-маркетинговой кампании; основные направления и формы директ-маркетинга; - особенности организации директ-мэйл; особенности организации телемаркетинга; особенности организации телевизионного маркетинга; особенности организации электронного маркетинга; особенности организации личных продаж; | планировать директ-маркетинговую кампанию; реализовать план директ-маркетинговой кампании; осуществлять расчет бюджета директ-маркетинговой кампании; оценивать эффективность директ-маркетинговой кампании; систематически повышать свою профессиональную квалификацию. | методиками оценки коммуникативной эффективности ДМ-кампании; методиками оценки экономической эффективности ДМ-кампании; методикой личных продаж; методикой составления ДМ-сообщений; методикой выбора целевого сегмента рынка. |



|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | технология разработки бюджета и оценки эффективности директ-маркетинговой кампании. |  |  |
|--|---|--|--|

**Типовые контрольные задания или иные материалы,  
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта  
деятельности, характеризующих этапы формирования  
компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Этап: проведение промежуточной аттестации по учебной дисциплине**

| Текст вопроса  | Компетенции | Вид вопроса   | Уровень сложности | Элементы усвоения | Кол-во ответов |
|--|-------------|---------------|-------------------|-------------------|----------------|
| Организация личных продаж  | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Электронная почта, способы ее использования как инструмента маркетинга.      | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Понятие личной продажи. Коммуникативные особенности личной продажи.          | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Электронная торговля. Технология организации электронного магазина.          | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Основные элементы системы мотивации торговых агентов.                        | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Основные этапы личной продажи.   | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Концепции директ-маркетинга.   | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Понятие многоуровневого маркетинга. Формы MLM. Виды дохода в MLM.            | ПК-5        | Теоретический | Репродуктивный    | [А] Термины       |                |
| Понятие клиентоориентированной организации, ее отличительные признаки.       | ПК-5        | Теоретический | Конструктивный    | [В] Понятия       |                |
| Основные этапы ДМ-кампании. Одно- и многоступенчатые ДМ-кампании.            | ПК-5        | Теоретический | Конструктивный    | [В] Понятия       |                |
| Признаки проявления результатов ДМ-кампании. Направления оценки ДМ-кампании. | ПК-5        | Теоретический | Конструктивный    | [В] Понятия       |                |
| Этапы реализации ДМ кампании   | ПК-5        | Теоретический | Конструктивный    | [В] Понятия       |                |
| Понятие ДМ-аудита. Достоинства ДМ-аудита. Этапы ДМ-аудита.                   | ПК-5        | Теоретический | Конструктивный    | [В] Понятия       |                |
| Интернет. Формы коммерческого присутствия в сети.                            | ПК-5        | Теоретический | Конструктивный    | [В] Понятия       |                |
| Решения при  | ПК-5        | Теоретический | Конструктивный    | [В] Понятия       |                |

|   |      |               |                |             |  |
|---|------|---------------|----------------|-------------|--|
| организации телемагазина. Ограничения применения телевизионного маркетинга.                             |      |               |                |             |  |
| Понятие телевизионного маркетинга. Телемагазин. Развитие телевизионного маркетинга.                     | ПК-5 | Теоретический | Конструктивный | [B] Понятия |  |
| Основные характеристики сегмента покупателей «по каталогам». Преимущества заказа по каталогам.          | ПК-5 | Теоретический | Конструктивный | [B] Понятия |  |
| Понятие маркетинга по каталогам. Особенности маркетинга по каталогам для различных стран.               | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Понятие телемаркетинга. Задачи телемаркетинга. Этапы телемаркетинга.                                    | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Понятие директ-мэйл. Преимущества адресной почтовой рассылки. Структура директ-мэйл письма.             | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Причины появления директ-маркетинга. Причины замедления развития директ-маркетинга в России.            | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Взаимосвязь функций директ-маркетинга и эволюции медиатехнологий.                                       | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Информационное обеспечение интегрированной системы директ-маркетинга.                                   | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Уровни системы директ-маркетинга: коммуникативный и распределительный. Прямые и не прямые коммуникации. | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Основные различия между массовым и индивидуальным маркетингом.  | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Особенности директ-маркетинга. Преимущества директ-маркетинга.  | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Причины развития директ-маркетинга.   | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |
| Понятие директ-   | ПК-5 | Теоретический | Репродуктивный | [A] Термины |  |

|             |  |  |  |  |  |
|-------------|--|--|--|--|--|
| маркетинга. |  |  |  |  |  |
|-------------|--|--|--|--|--|

## **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

### **Этап: Входной контроль знаний по учебной дисциплине Письменный опрос, проводимый во время аудиторных занятий**

#### **Цель процедуры:**

Целью проведения входного контроля по дисциплине является выявление уровня знаний, умений, навыков обучающихся, необходимых для успешного освоения дисциплины, а также для определения преподавателем путей ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков.

#### **Субъекты, на которых направлена процедура:**

Процедура оценивания должна, как правило, охватывать всех обучающихся, приступивших к освоению дисциплины (модуля). Допускается неполный охват обучающихся, в случае наличия у них уважительных причин для отсутствия на занятии, на котором проводится процедура оценивания.

#### **Период проведения процедуры:**

Процедура оценивания проводится в начале периода обучения (семестра, модуля) на одном из первых занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия).

#### **Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:**

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

#### **Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:**

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

#### **Требования к банку оценочных средств:**

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов может включать вопросы открытого и закрытого типа. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

#### **Описание проведения процедуры:**

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий,

количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

#### **Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:**

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением четырехбалльной шкалы с оценками:

- «отлично»;
- «хорошо»;
- «удовлетворительно»;
- «неудовлетворительно».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в четырехбалльную шкалу.

#### **Результаты процедуры:**

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке доводятся до сведения обучающихся на ближайшем занятии после занятия, на котором проводилась процедура оценивания.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем определяются пути ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков за счет внесения корректировок в планы проведения учебных занятий.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты, должны интенсифицировать свою самостоятельную работу с целью ликвидации недостающих знаний, умений, навыков.

Результаты данной процедуры могут быть учтены преподавателем при проведении процедур текущего контроля знаний по дисциплине (модулю).

### **Этап: Текущий контроль успеваемости по учебной дисциплине Письменный опрос, проводимый во время аудиторных занятий**

#### **Цель процедуры:**

Целью текущего контроля успеваемости по дисциплине (модулю) является оценка уровня выполнения обучающимися самостоятельной работы и систематической проверки уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и динамики формирования компетенций в процессе обучения.

#### **Субъекты, на которых направлена процедура:**

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль) и обучающихся на очной и очно-заочной формах обучения. В случае, если обучающийся не прошел процедуру без уважительных причин, то он считается получившим оценку «не аттестовано». Для обучающихся на заочной форме процедура оценивания не проводится.

#### **Период проведения процедуры:**

Процедура оценивания проводится неоднократно в течение периода обучения (семестра, модуля).

### **Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:**

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

### **Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:**

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

### **Требования к банку оценочных средств:**

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов может включать вопросы открытого и закрытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

### **Описание проведения процедуры:**

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать развернутые ответы на поставленные в задании открытые вопросы и ответить на вопросы закрытого типа в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

### **Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:**

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением двухбалльной шкалы с оценками:

- «аттестовано»;
- «не аттестовано».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в двухбалльную шкалу.

### **Результаты процедуры:**

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке представляются в деканат факультета, за которым закреплена образовательная программа. Деканат факультета доводит результаты проведения процедур по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы до сведения обучающихся путем размещения данной информации на стендах факультета.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем определяются пути ликвидации недостающих у обучающихся знаний, умений, навыков за счет внесения корректировок в планы проведения учебных занятий.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты, должны интенсифицировать свою самостоятельную работу с целью ликвидации недостающих знаний, умений, навыков.

## **Этап: Промежуточная аттестация по учебной дисциплине в форме зачета Устный опрос по результатам освоения дисциплины**

### **Цель процедуры:**

Целью промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) является оценка уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины (части дисциплины – для многосеместровых дисциплин).

### **Субъекты, на которых направлена процедура:**

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину (модуль). В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

### **Период проведения процедуры:**

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины (модуля), но, как правило, до начала экзаменационной сессии. В противном случае, деканатом факультета составляется индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого из обучающихся, не сдавших зачеты до начала экзаменационной сессии.

### **Требования к помещениям и материально-техническим средствам для проведения процедуры:**

Требования к аудитории для проведения процедуры и необходимости применения специализированных материально-технических средств определяются преподавателем.

### **Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:**

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину (модуль), как правило, проводящий занятия лекционного типа.

### **Требования к банку оценочных средств:**

До начала проведения процедуры преподавателем подготавливается необходимый банк оценочных материалов для оценки знаний, умений, навыков. Банк оценочных материалов включает вопросы, как правило, открытого типа, перечень тем, выносимых на опрос, типовые задания. Из банка оценочных материалов формируются печатные бланки индивидуальных заданий. Количество вопросов, их вид (открытые или закрытые) в бланке индивидуального задания определяется преподавателем самостоятельно.

### **Описание проведения процедуры:**

Каждому обучающемуся, принимающему участие в процедуре преподавателем выдается бланк индивидуального задания. После получения бланка индивидуального задания и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений, навыков, сформированности компетенции дать устные развернутые ответы на поставленные в задании вопросы и задания в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения процедуры определяется преподавателем самостоятельно, исходя из



сложности индивидуальных заданий, количества вопросов, объема оцениваемого учебного материала, общей трудоемкости изучаемой дисциплины (модуля) и других факторов. При этом продолжительность проведения процедуры не должна, как правило, превышать двух академических часов.

### **Шкалы оценивания результатов проведения процедуры:**

Результаты проведения процедуры проверяются преподавателем и оцениваются с применением двухбалльной шкалы с оценками:

- «зачтено»;
- «не зачтено».

Преподаватель вправе применять иные, более детальные шкалы (например, стобалльную) в качестве промежуточных, но с обязательным дальнейшим переводом в двухбалльную шкалу.

### **Результаты процедуры:**

Результаты проведения процедуры в обязательном порядке проставляются преподавателем в зачетные книжки обучающихся и зачётные ведомости, либо в зачетные карточки (для студентов, проходящих процедуру в соответствии с индивидуальным графиком) и представляются в деканат факультета, за которым закреплена образовательная программа.

По результатам проведения процедуры оценивания преподавателем делается вывод о результатах промежуточной аттестации по дисциплине.

По результатам проведения процедуры оценивания обучающиеся, показавшие неудовлетворительные результаты считаются имеющими академическую задолженность, которую обязаны ликвидировать в соответствии с составляемым индивидуальным графиком. В случае, если обучающийся своевременно не ликвидировал имеющуюся академическую задолженность он подлежит отчислению из вуза, как не справившийся с образовательной программой.