

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 05 » декабря 20 22 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дисциплина:** Менеджмент и маркетинг в производстве строительных  
материалов и изделий  
\_\_\_\_\_ (наименование)

**Форма обучения:** \_\_\_\_\_ очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** \_\_\_\_\_ магистратура  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** \_\_\_\_\_ 108 (3)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** \_\_\_\_\_ 08.04.01 Строительство  
(код и наименование направления)

**Направленность:** \_\_\_\_\_ Строительные материалы и изделия  
(наименование образовательной программы)

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является приобретение знаний об управлении предприятием по производству строительных материалов, изделий и конструкций, по совершенствованию и освоению новых технологических процессов производственного процесса на предприятии или участке, контроля за соблюдением технологической дисциплины, обслуживанием технологического оборудования и машин.

Задачами дисциплины являются:

- изучение основ управления (менеджмента) и маркетинга на предприятиях по производству строительных материалов и изделий;
- приобретение умений осуществлять планирование, организацию, мотивацию и контроль производства строительных материалов и изделий с помощью информационных технологий; анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию в области менеджмента и маркетинга;
- формирование навыков проведения маркетинговых исследований и проектирования организационных структур в производстве строительных материалов и изделий.

### 1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- промышленное предприятие отрасли по производству строительных материалов и изделий и его организационная структура;
- явления и процессы в управлении производственной деятельностью на промышленном предприятии;
- методы контроля и мотивации труда работников промышленного предприятия отрасли по производству строительных материалов и изделий.

### 1.3. Входные требования

Современные материалы и технологии в строительстве; Управление качеством в производстве строительных материалов и изделий; Комплексная диагностика структуры и свойств строительных материалов и изделий; Научные основы строительного материаловедения, нанотехнологии в современном материаловедении; Производственная практика, научно-исследовательская работа; Производственная практика, технологическая; Моделирование научных исследований в строительном материаловедении; Технологии строительных материалов из антропогенного сырья; Управление инновационными проектами; Оптимизация и управление технологическими процессами; Теоретические основы надежности и долговечности строительных материалов и изделий; Технологическое проектирование в промышленности строительных материалов; Производственная практика, научно-исследовательский семинар.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-3.3	ИД-1ПК-3.3	Знает стандарты, основы правовых знаний, современные тенденции, особенности конструкции и технологические возможности новых образцов оборудования и перспективы развития производств в области материаловедения и технологии материалов; методы системного анализа; информационные технологии и особенности применения интегрированных систем управления производством в области материаловедения и технологии материалов.	Знать стандарты, основы правовых знаний, современные тенденции, особенности конструкции и технологические возможности новых образцов оборудования и перспективы развития производств в области материаловедения и технологии материалов; методы системного анализа; информационные технологии и особенности применения интегрированных систем управления производством в области материаловедения и технологии материалов	Коллоквиум
ПК-3.3	ИД-2ПК-3.3	Умеет применять методы системного анализа для подготовки и обоснования выводов о состоянии производства; проектировать организационную структуру предприятия по производству строительных материалов и изделий; анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию в области менеджмента и маркетинга.	Уметь применять методы системного анализа для подготовки и обоснования выводов о состоянии производства, организовывать и осуществлять разработку локальных актов, регламентирующих деятельность подразделения обеспечения производства в области материаловедения и технологии материалов в организации; осуществлять подбор и расстановку кадров и обеспечивать взаимодействие подразделения обеспечения производства в области материаловедения и технологии материалов с другими техническими службами организации; анализировать эффективность работы автоматизированной	Отчёт по практическом у занятию

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			системы управления производством.	
ПК-3.3	ИД-3ПК-3.3	Владеет навыками разработки нормативных документов, регламентирующих деятельность предприятия; контроля текущего состояния производства; разработки отчетов по итогам анализа состояния производства в области материаловедения и технологии материалов; навыками проектирования организационных структур предприятий по производству строительных материалов и изделий	Владеть навыками разработки нормативных документов, регламентирующих деятельность подразделения обеспечения производства в области материаловедения и технологии материалов; контроля укомплектованности подразделения обеспечения производства квалифицированными кадрами и эффективности его взаимодействия с другими техническими службами организации в области материаловедения и технологии материалов; контроля текущего состояния производства и проверка эффективности функционирования автоматизированной системы управления производством в части материаловедения и технологии материалов; разработки отчетов по итогам анализа состояния производства в области материаловедения и технологии материалов.	Индивидуальное задание
ПК-5.4	ИД-1ПК-5.4	Знает национальную и международную нормативную базу в области управления качеством продукции; методы калиметрического анализа и управления качеством продукции при производстве изделий	Знает национальную и международную нормативную базу в области управления качеством продукции; методы калиметрического анализа и управления качеством продукции при производстве изделий.	Коллоквиум
ПК-5.4	ИД-2ПК-5.4	Умеет применять актуальную нормативную документацию в области управления качеством производства изделий,	Умеет применять актуальную нормативную документацию в области управления качеством производства изделий,	Отчёт по практическому занятию

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		методы квалиметрического анализа продукции	методы квалиметрического анализа продукции.	
ПК-5.4	ИД-ЗПК-5.4	Владеет навыками анализа номенклатуры измеряемых параметров продукции; разработки мероприятий по выбору необходимых средств формирования оптимальных норм обеспечения точности измеряемых параметров продукции; контроля соблюдения нормативных сроков обновления продукции; подготовки и представления руководству отчета о проведенных мероприятиях по выбору необходимых средств формирования оптимальных норм обеспечения точности измеряемых параметров продукции и показателей качества продукции, формируемых на этапе производства продукции	Владеет навыками анализа номенклатуры измеряемых параметров продукции; разработки мероприятий по выбору необходимых средств формирования оптимальных норм обеспечения точности измеряемых параметров продукции; контроля соблюдения нормативных сроков обновления продукции; подготовки и представления руководству отчета о проведенных мероприятиях по выбору необходимых средств формирования оптимальных норм обеспечения точности измеряемых параметров продукции и показателей качества продукции, формируемых на этапе производства продукции.	Индивидуальное задание

### 3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	36	36	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	8	8	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	26	26	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	72	72	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

### 4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
4-й семестр				
Введение	1	0	0	0
Основные понятия, термины и определения. Предмет и задачи дисциплины, ее связь с другими дисциплинами.				
Эволюция менеджмента и социальная ответственность бизнеса	2	0	8	24
Развитие менеджмента в прошлом и настоящем; Социальная ответственность и этика в бизнесе.				
Характеристика организации и управления предприятием	3	0	9	24
Внутренняя и внешняя среда организации; Функции менеджмента; Связующие процессы функций управления.				
Маркетинг и его основные приемы	2	0	9	24
Понятие маркетинга и его развитие; Основные приемы маркетинга.				
ИТОГО по 4-му семестру	8	0	26	72
ИТОГО по дисциплине	8	0	26	72

## Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Анализ принципов построения организаций Анри Файоля.
2	Анализ социальной ответственности и этики предприятий по производству строительных материалов и изделий в условиях рынка.
3	Анализ внутренней и внешней среды предприятий по производству строительных материалов и изделий в условиях рынка.
4	Анализ типов организационных структур предприятий по производству строительных материалов и изделий.
5	Анализ структуры процесса принятия незапрограммированного рационального организационного решения в условиях предприятия строительной отрасли.
6	Анализ изменения стратегии маркетинга в течение жизненного цикла товара строительной отрасли.
7	Маркетинговый анализ рынка продукции предприятий по производству строительных материалов и изделий.

### 5. Организационно-педагогические условия

#### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

#### 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

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

### 6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>1. Основная литература</b>		
1	Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015.	5
2	Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - СПб: Питер, 2008.	15
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
1	Менеджмент : учебник для вузов / А. В. Игнатьева [и др.]. - Москва: ЮНИТИ, 2006.	11
2	Менеджмент : учебник для вузов / А. В. Игнатьева [и др.]. - Москва: ЮНИТИ, 2009.	15
<b>2.2. Периодические издания</b>		
	Не используется	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
1	Градостроительный кодекс Российской Федерации : офиц. текст. - М.: Юрайт, 2007.	1
2	Гражданский кодекс Российской Федерации : части первая, вторая, третья и четвертая : по сост. на 15 марта 2010 г. - Москва: Проспект, 2010.	1
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	Не используется	

### 6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Ефименко А. З. Управление предприятиями стройиндустрии на основе информационных технологий : учебное пособие для вузов / А. З. Ефименко. - Москва: Изд-во АСВ, Изд-во МГСУ, 2009.	<a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks140729">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks140729</a>	локальная сеть; свободный доступ



Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Асаул А.Н. Маркетинг-менеджмент в строительстве : учебное пособие для вузов / А.Н. Асаул, В. П. Гра-хов. - СПб: Гума-нистика, 2007.	<a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks119205">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks119205</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Ефименко А. З. Маркетинговый анализ и управление развитием предприятий / А. З. Ефименко. - Москва: Изд-во АСВ, 2008.	<a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks140731">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks140731</a>	локальная сеть; свободный доступ

### 6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Dr.Web Enterprise Security Suite, 3000 лиц, ПНИПУ ОЦНИТ 2017

### 6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
Информационно-справочная система нормативно-технической документации "Техэксперт: нормы, правила, стандарты и законодательства России"	<a href="https://техэксперт.сайт/">https://техэксперт.сайт/</a>

### 7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Ноутбук	1
Лекция	Проектор	1
Практическое занятие	Ноутбук	1

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	Проектор	1

## **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине  
«Менеджмент и маркетинг в производстве строительных материалов и  
изделий»  
*Приложение к рабочей программе дисциплины*

<b>Направление подготовки:</b>	08.04.01 Строительство
<b>Направленность (профиль) образовательной программы:</b>	Строительные материалы и изделия, Автоматизация и управление процессами производства строительных материалов и
<b>Квалификация выпускника:</b>	«Магистр»
<b>Выпускающая кафедра:</b>	Строительный инжиниринг и материаловедение
<b>Форма обучения:</b>	Очная
<b>Курс: 2</b>	<b>Семестр: 4</b>
<b>Трудоёмкость:</b>	
Кредитов по рабочему учебному плану:	3 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	108 ч.
<b>Форма промежуточной аттестации:</b>	
Зачёт: 4 семестр	

**Фонд оценочных средств** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

### **1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля**

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (4-го семестра учебного плана) и предусмотрено аудиторные лекционные и практические занятия, в том числе самостоятельная работа и зачет. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируется компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, отчетов по практическим занятиям, зачёта. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля		
	4-й семестр		
	Текущий	Рубежный	Итоговый
	ТО	ОПЗ	Зачет
<b>Усвоенные знания</b>			
<b>З.1</b> Знает стандарты, основы правовых знаний, современные тенденции, особенности конструкции и технологические возможности новых образцов оборудования и перспективы развития производств в области материаловедения и технологии материалов; методы системного анализа; информационные технологии и особенности применения интегрированных систем управления производством в области материаловедения и технологии материалов.	ТО		ТВ
<b>З.2</b> Знает национальную и международную нормативную базу в области управления качеством продукции; методы квалитетрического анализа и управления качеством продукции при производстве изделий	ТО		ТВ
<b>Освоенные умения</b>			
<b>У.1</b> Умеет применять методы системного анализа для подготовки и обоснования выводов о состоянии производства; проектировать организационную структуру пред-приятия по производству строительных материалов и изделий; анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию в области менеджмента и маркетинга.		ОПЗ	ПЗ
<b>У.2</b> Умеет применять актуальную нормативную документацию в области управления качеством производства изделий, методы квалитетрического анализа продукции		ОПЗ	ПЗ
<b>Приобретенные владения</b>			
<b>В.1</b> Владеет навыками разработки нормативных документов, регламентирующих деятельность предприятия; контроля текущего состояния производства; разработки отчетов по итогам анализа состояния производства в области материаловедения и технологии материалов; навыками проектирования организационных структур предприятий по производству строительных материалов и изделий		ИКЗ	КЗ
<b>В.2</b> Владеет навыками анализа номенклатуры измеряемых параметров продукции; разработки мероприятий по выбору необходимых средств формирования оптимальных норм обеспечения точности измеряемых параметров продукции; контроля соблюдения нормативных сроков обновления продукции; подготовки и представления руководству отчета о проведенных мероприятиях по выбору необходимых средств формирования оптимальных норм обеспечения точности измеряемых параметров продукции и показателях качества продукции, формируемых на этапе производства продукции		ИКЗ	КЗ

*ТО – теоретический опрос; ОПЗ – отчет по практическим занятиям; ТВ - теоретический вопрос; ПЗ - практическое задание; КЗ - комплексное задание. ИКЗ – индивидуальное комплексное задание.*

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

## **2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения**

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;

- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;

- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланчного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), защиты отчетов по лабораторным работам, сдача расчетно-графических работ, подготовка докладов, рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;

- контроль остаточных знаний.

### **2.1. Текущий контроль усвоения материала**

Текущий контроль усвоения материала проводится в форме выборочного теоретического опроса студентов по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

### **2.2. Рубежный контроль**

Рубежный контроль для комплексного оценивания освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме выполнения и сдачи отчета по практическим заданиям и защите индивидуального комплексного задания.

### **2.2.1. Отчет по практическим занятиям**

Всего запланировано 7 практических занятий. Типовые темы практических занятий приведены в РПД.

#### **Типовые темы практических занятий:**

1. Анализ принципов построения организаций Анри Файоля.
2. Анализ типов организационных структур предприятий по производству строительных материалов и изделий.
3. Маркетинговый анализ рынка продукции предприятий по производству строительных материалов и изделий.

Защита практических заданий проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **2.2.2 Индивидуальное комплексное задание**

Во втором семестре для оценки сформированности владений по учебной дисциплине студентам предлагается выполнить индивидуальное комплексное задание.

#### **Типовые индивидуальные комплексные задания:**

1. Напишите формулу и вычислите по ней значение прибыли, используя приведенные данные:

$P_t$  – прибыль;

$Q$  – 1000 шт.- объем продаж в штуках;

$p$  – 10 руб./шт. – прейскурантная цена;

$T$  – 2 руб./шт. – транспортные, комиссионные и иные расходы на продажу одной единицы товара;

$VC$  – 5 руб./шт. – затраты на производство товара, не связанные с маркетингом, но зависящие от объема производства;

$FC$  – 500 руб. – постоянные затраты на производство товара, не связанные с маркетингом и не зависящие от объема производства и продажи;

$R$  – 300 руб. – затраты на рекламу;

$D$  – 400 руб. – затраты на продвижение товара.

2. Себестоимость изделия у производителя 100 руб. Производитель делает для себя наценку 10%, оптовый торговец – 20%, а розничный торговец – 25%. Розничный торговец приобрел и продал 200 изделий. Расходы на рекламу и организацию работ по продаже одного изделия для розничного торговца составляют 12 руб.

Определить:

1. Цепочку наценок при продвижении изделия по всему каналу сбыта.
2. Продажную цену розничного торговца.

3. Валовый доход розничного торговца.

4. Чистую прибыль розничного торговца.

Защита индивидуальных комплексных заданий проводится группой студентов. Шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)**

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача отчета по практическим заданиям, защите индивидуального комплексного задания и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля. Промежуточная аттестация представляет собой сдачу зачета.

Критерии и шкалы оценивания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.3.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания (зачёта)**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения отчета по практическим занятиям и индивидуального комплексного задания по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.3.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания**

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.



### 2.3.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

#### Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Сущность и содержание маркетинга. Социальные основы маркетинга.
2. История развития маркетинга, его этапы
3. Основные цели, задачи, функции и принципы маркетинга.

#### Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. На основании выбранного варианта провести маркетинговое исследование по предложенному строительному товару (исходные данные в таблице).
2. На основании исходных данных определить точку безубыточности в зависимости от изменения цен на товар, возможностей выпуска продукции и величины прибыли (исходные данные в таблице).
3. На основании выбранного варианта строительной продукции создать рекламное послание с учётом целевой аудитории и места размещения (исходные данные в таблице).

#### Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Объем продаж товара составляет 1000 тыс.руб. В результате проведения рекламной кампании объем продаж увеличился на 30%. Стоимость рекламной кампании 250 тыс.руб. Определить эффективность рекламной кампании.
2. Цена единицы товара – 85 руб. Товар приобретается у поставщика по цене 65 руб. за единицу. Арендные платежи 7000 руб. Расходы на продажу единицы товара – 10 руб. Налоговые отчисления – 8000 руб. Определить, как изменится безубыточный объем продаж при повышении цены до 90 руб.?
3. Управляющему по сбыту товаров в фирме потребовалась информация о распределении мирового рынка данных товаров для принятия решения о том, в каком количестве необходимо производить продукцию в рамках разных ценовых сегментов. На основании исходных данных а) определите, сколько товаров каждой модели должна производить фирма, чтобы продать в каждой из стран. Какие страны являются более предпочтительными для продажи товаров в определенном ценовом сегменте; б) сопоставьте емкость рынка по каждой модели с производственными возможностями фирмы.

Полный перечень вопросов и заданий для зачета приведен в приложении 1. Утвержденный комплект экзаменационных билетов хранится на выпускающей кафедре.

#### 2.3.2.1 Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для

компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций**

#### **3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций**

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при экзамене считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **3.2. Оценка уровня сформированности компетенций**

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде экзамена используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.

**Перечень теоретических вопросов, практических и комплексных заданий для зачёта по дисциплине «Маркетинговый анализ рынка продукции предприятий по производству строительных материалов и изделий.»**

Теоретические вопросы зачёта

1. Сущность и содержание маркетинга. Социальные основы маркетинга.
2. История развития маркетинга, его этапы. Основные цели, задачи, функции и принципы маркетинга.
3. Влияние маркетинга на общество. Критика маркетинга со стороны общественности.
4. Современная концепция маркетинга – социально-этический маркетинг.
5. Понятие потребностей и их иерархия.
6. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. Состояние и виды спроса.
7. Маркетинговая информация и источники ее получения. Сущность маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований.
8. Факторы микросреды маркетинга. Факторы макросреды маркетинга.
9. Понятие рынка, его виды, этапы развития. Функции рынка и его роль в системе экономических отношений. Основные рыночные показатели: емкость и конъюнктура рынка. Анализ рынка.
10. Понятие и сущность сегментирования рынка. Способы сегментирования рынка. Выбор целевого рынка и поиск рыночной ниши. Позиционирование товара на рынке.
11. Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Товарная марка и упаковка товара. Жизненный цикл товара (услуги) и методы его продления. Этапы разработки нового товара.
12. Формирование товарной политики и рыночной стратегии. Конкуренция и конкурентоспособность. Услуга как товар. Классификация услуг. Сервисное обслуживание как орудие против конкуренции.
13. Понятие и сущность цены. Виды цен. Разработка ценовой политики. Ценообразование в маркетинге. Методы расчета цен. Точка безубыточности. Реакция рынка на изменение цен.
14. Каналы распределения товара. Элементы системы товародвижения. Оптовая торговля. Инфраструктура продаж
15. Система маркетинговых коммуникаций (promotion). Реклама и ее значение в продвижении товара. Формирование общественного мнения - PR. Личные продажи, прямой маркетинг (direct-marketing). Формирование спроса и стимулирование сбыта.

### Практические задания зачёта

1. На основании выбранного варианта провести маркетинговое исследование по предложенному строительному товару (исходные данные в таблице).

2. На основании исходных данных определить точку безубыточности в зависимости от изменения цен на товар, возможностей выпуска продукции и величины прибыли (исходные данные в таблице).

3. На основании выбранного варианта строительной продукции создать рекламное послание с учётом целевой аудитории и места размещения (исходные данные в таблице).

4. Описать систему управления деятельностью «Реализация продукции предприятия» с помощью управленческих функций.

5. Составить организационную структуру управления предприятием из заданных элементов.

6. Перечислить службы, которые чаще всего подчиняются заместителю директора по коммерческим вопросам крупного предприятия. Раскрыть их функции.

7. Проанализировать материалы экспертной оценки деятельности главного технолога предприятия.

8. Разработать производственную ситуацию по постановке задачи руководителем подчиненным с использованием мотивационных социальнопсихологических методов управления (третий уровень «пирамиды Маслоу»).

9. Дать определение понятия «лидерство» в коллективе. Объяснить, как следует учитывать наличие в коллективе неформальных лидеров.

10. Изложите вклад в развитие научного менеджмента М. Вебера.

11. Дайте ответ на следующие вопросы: Какие действия менеджера по увеличению творческой отдачи в работе подчиненных Вы считаете главным и почему? Какие еще меры, по Вашему мнению, может предпринимать менеджер, чтобы добиться роста производительности и повышения активности труда подчиненных?

12. В рамках менеджмента особую роль играет принятие правильных управленческих решений, и поскольку от этого зависит успех в бизнесе, в практике встречаются следующие варианты.

• Руководитель принимает решение и сообщает результат подчиненным, если это необходимо.

• Руководитель принимает решение и сообщает, почему он его принял.

• Руководитель принимает решение, но при этом интересуется мнением

подчиненных, приветствует их вопросы, получая, таким образом, возможность проверить решение и в случае необходимости внести изменения.

- Руководитель принимает решение и представляет его группе на доработку.
- Руководитель излагает суть проблемы, спрашивает, какие будут предложения и, выслушав их, принимает решения.
- Руководитель излагает проблему и просит группу принять решение, оставляя за собой право выбора и утверждение варианта.
- Руководитель излагает проблему и принимает решение группы. Какой из предложенных вариантов Вы считаете предпочтительным? Обоснуйте свою позицию.

13. Какие явления и процессы существенно влияют на групповое и организационное поведение человека? Приведите примеры их использования для повышения эффективности работы какой-либо известной Вам фирмы.

14. Каковы основные виды, функции и этапы планирования? Приведите примеры из практики работы каких-либо известных Вам фирм.

15. Начальные затраты на инвестиции за один год, считая от текущего момента, составили 1000 млн.руб. Доходы за 1, 2 и 3 годы составили соответственно 200, 800 и 200 млн.руб. Окупилась ли эти затраты при годовой ставке дисконтирования 10%?

#### Комплексные задания зачёта

1. Объем продаж товара составляет 1000 тыс.руб. В результате проведения рекламной кампании объем продаж увеличился на 30%. Стоимость рекламной кампании 250 тыс.руб. Определить эффективность рекламной кампании.

2. Цена единицы товара – 85 руб. Товар приобретается у поставщика по цене 65 руб. за единицу. Арендные платежи 7000 руб. Расходы на продажу единицы товара – 10 руб. Налоговые отчисления – 8000 руб. Определить, как изменится безубыточный объем продаж при повышении цены до 90 руб.?

3. Обоснуйте сильные и слабые стороны организации для определения стратегии развития.

4. Определите последовательность управленческих действий (шагов) для достижения целей организации с обоснованием выбранного действия.

5. Определите емкость рынка товара в области по каждой позиции и в целом за год на основании исходных данных, если известно, что доля лиц в общей численности населения области, которые ни при каких обстоятельствах не могут быть потребителями товара составляет 27 %.

6. Управляющему по сбыту товаров в фирме потребовалась информация о распределении мирового рынка данных товаров для принятия решения о том, в каком количестве необходимо производить продукцию в рамках разных ценовых

сегментов. На основании исходных данных а) определите, сколько товаров каждой модели должна производить фирма, чтобы продать в каждой из стран. Какие страны являются более предпочтительными для продажи товаров в определенном ценовом сегменте; б) сопоставьте емкость рынка по каждой модели с производственными возможностями фирмы.

7. Отдел маркетинга провел анализ ассортимента выпускаемой продукции на основе данных о выпуске и рентабельности каждого изделия. Помогите маркетологу по продукту провести ранговый анализ ассортимента и внести предложения по улучшению ассортимента. Определите, какие элементы маркетинговой стратегии необходимо внедрить. Все полученные данные занесите в таблицу: (Наименование изделия; Доля товара в общем выпуске, %; Рентабельность, %; Ранг выпуска; Ранг рентабельности; Разница рангов; Характеристика спроса; Предложения по улучшению ассортимента; Элементы маркетинговой стратегии).

8. На основании данных, полученных экспертным образом, определите конкурентоспособность электропечи "Мечта" по сравнению с идеальным образцом и электропечью "Лысьва" а также правильность установления продажной цены электропечи "Мечта". Полученные результаты занесите в таблицу и сделайте необходимые выводы.

9. Фирма специализируется на производстве детских игрушек. Она выпускает 250 тыс. автомашин и реализует их по 200 рублей за штуку. Переменные затраты на единицу продукции составляют 125 рублей и не меняются при изменении объема продаж. Постоянные издержки на весь объем производства равны 1,2 млн.руб. Рассчитайте: а) объем продаж в стоимостном и натуральном 21 выражении в точке безубыточности; б) целевую прибыль фирмы при выпуске 28,5 тыс.шт. и цене изделия –174 руб.

10. Эластичность спроса по цене на мороженое "Забава" равна 1,2. Определите прибыль (убытки) от снижения цены на 35 коп., если до снижения цены объем реализации составлял 400 тыс.шт. по цене 3,5 рубля за штуку, а общие затраты были равны 0,6 млн.руб. (в том числе постоянные – 0,2 млн.руб.) на весь объем производства.

11. Определите цену двух новых холодильников, выпускаемых фирмой "Бирюса" на основе ценностной значимости параметров продукции, данных группой покупателей при условии, что аналогичные холодильники стоят 4900 рублей. Для расчета средневзвешенной параметрической оценки каждого товара покупателям было предложено распределить 100 баллов между двумя товарами. Полученные результаты занесены в таблицу

12. Фирма выпустила мороженое "Пломбир" двух видов. Накладные расходы на всю партию мороженого составили 45 тыс.руб. Наценка на

себестоимость – 35 %. На основе данных таблицы определите: а) суммы накладных расходов, рассчитанных разными способами (пропорционально зарплате основных производственных рабочих и материальным затратам); б) себестоимость единицы продукции; в) цену реализации затратным способом.

13. Для сохранения своего положения на рынке, управляющий по маркетингу в фирме "ФОГ" решил изменить сумму денежных средств, направляемых на маркетинг. Определите сумму возможных затрат фирмы на маркетинг при следующих условиях: а) прогноз емкости рынка майонеза "Провансаль" – 32 тыс.ед.; б) прогноз доли рынка фирмы – 35 %; в) возможная цена реализации за пакетики – 6,8 руб., причем переменные издержки на единицу составляют 3,2 руб., а сумма постоянных издержек на весь выпуск – 9,4 тыс.руб.; г) целевая прибыль планируется на уровне 8 тыс.руб.

14. Четыре хорошо известные фирмы (А,В,С,Д), продающие аналогичный кофе в зернах по одинаковым ценам, имеют следующие данные о расходах на рекламу и доле рынка (см. исходные данные). Подсчитайте эффективность рекламных расходов, осуществляемых каждой из фирм, и занесите полученные данные в таблицу. Сделайте выводы.

15. ОАО "Хлебулк" реализует свою продукцию в городе, состоящем из 2-х районов: северного (С) и южного (Ю). Для каждого района известны следующие данные: а) число покупателей:  $L_c = 70$  тыс.чел.;  $L_y = 50$  тыс.чел. б) средняя величина покупок батончиков, приходящаяся на 1 покупателя в год (J),руб.:  $J_c = 2500$  шт.;  $J_y = 1200$  шт. в) выигрыши или потеря доли рынка в результате конкуренции производителей товара ( $\pm d$ ):  $d_c = -0.1$ ;  $d_y = +0,15$ . г) издержки по сегментации рынка в каждом районе (С):  $C_c = 0,5$  млн.руб.;  $C_y = 1,2$  млн.руб. Определите район, в котором фирме выгоднее всего реализовать всю партию батончиков? Какова будет величина объема чистых продаж?