МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе
_____ / О.В. Юсупова
"_____" _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.02.02 «Маркетинг в строительстве»

Код и направление подготовки (специальность)	27.03.02 Управление качеством
Направленность (профиль)	Управление качеством в строительстве
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Строительно-технологический факультет (СТФ)
Выпускающая кафедра	Кафедра "Стоимостной инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений"
Кафедра-разработчик	Кафедра "Стоимостной инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	144 / 4
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Экзамен

Самара 2022

Б1.В.02.02 «Маркетинг в строительстве»

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) **27.03.02 Управление качеством**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 869 от 31.07.2020 и соответствующего учебного плана.

Разработчик РПД:

Доцент, кандидат экономических наук, доцент	Е.П Серпухова
(должность, степень, ученое звание)	(ФИО)
Заведующий кафедрой	О.В. Дидковская, доктор экономических наук, профессор
	(ФИО, степень, ученое звание)

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методического совета факультета / института (или учебно-методической комиссии)	М.В Шувалов, кандидат технических наук, доцент
	(ФИО, степень, ученое звание)
Руководитель образовательной программы	Е.П. Акри, кандидат экономических наук, доцент
	(ФИО, степень, ученое звание)

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы 5
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся 5
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 6
4.1 Содержание лекционных занятий 6
4.2 Содержание лабораторных занятий 8
4.3 Содержание практических занятий 8
4.4. Содержание самостоятельной работы 11
5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю) 11
6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения 12
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем 13
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) 13
9. Методические материалы 14
10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) 15

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

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Профессиональные компетенции			
Не предусмотрено	ПК-5 Способен выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	ПК-5.1 Подготавливает исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Владеть Навыками выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)
			Знать Этапы жизненного цикла продукции
			Уметь Подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)
		ПК-5.2 Выполняет работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Владеть Методами управления качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов
			Знать Этапы жизненного цикла продукции (работ, услуг)
			Уметь Выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов
		ПК-5.3 Анализирует причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	Владеть Навыками анализа причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), и разработки планов мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, усл
			Знать Причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услу)г
			Уметь Анализировать причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)
	ПК-6 Способен проводить технико-экономический анализ производственно-хозяйственной деятельности	ПК-6.1 Выполняет поиск необходимой информации и анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывает экономические показатели в области качества	Владеть Навыками поиска необходимой информации и анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности, расчета экономических показателей в области качества
			Знать Показатели производственно-хозяйственной деятельности

			Уметь Анализировать показатели производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывать экономические показатели в области качества
		ПК-6.2 Определяет основные факторы и резервы повышения эффективности производства	Владеть Методами повышения эффективности производства
			Знать Основные факторы и резервы повышения эффективности производства
			Уметь Определять основные факторы и резервы повышения эффективности производства

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы: **вариативная часть**

Код компетенции	Предшествующие дисциплины	Параллельно осваиваемые дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-5	Всеобщее управление качеством; Инженерная и компьютерная графика; Практико-ориентированный проект; Средства и методы управления качеством; Строительные материалы; Управление процессами	Практико-ориентированный проект; Управление качеством строительной продукции	Инновационный менеджмент; Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы; Практико-ориентированный проект; Статистические методы в управлении качеством; Экологический менеджмент в строительстве
ПК-6	Анализ деятельности предприятия; Математическая логика; Системы искусственного интеллекта; Стратегическое планирование развития городского (муниципального) хозяйства; Экономика строительства	Производственная практика: технологическая (производственно-технологическая) практика	Основы инженерного творчества и патентоведения; Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы; Производственная практика: преддипломная практика

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Всего часов / часов в электронной форме	6 семестр часов / часов в электронной форме
Аудиторная контактная работа (всего), в том числе:	96	96
Лекции	48	48
Практические занятия	48	48
Внеаудиторная контактная работа, КСР	4	4
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	17	17

подготовка к практическим занятиям	7	7
подготовка к экзамену	10	10
Контроль	27	27
Итого: час	144	144
Итого: з.е.	4	4

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
		ЛЗ	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов
1	Концепции маркетинга	12	0	8	2	22
2	Маркетинговая среда	10	0	10	4	24
3	Методы маркетингового анализа	8	0	14	3	25
4	Продвижение продукции строительства	14	0	10	4	28
5	Управление маркетингом	4	0	6	4	14
	КСР	0	0	0	0	4
	Контроль	0	0	0	0	27
	Итого	48	0	48	17	144

4.1 Содержание лекционных занятий

№ занятия	Наименование раздела	Тема лекции	Содержание лекции (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов / часов в электронной форме
6 семестр				
1	Концепции маркетинга	Современное состояние и субъекты маркетинговой деятельности.	Анализ состояния маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга. Факторы проявления маркетинга в отрасли.	2
2	Концепции маркетинга	Современное состояние и субъекты маркетинговой деятельности (продолжение).	Строительство как субъект маркетинговой деятельности. Классификация предприятий для маркетинговой деятельности. Организационно-правовые формы предприятий и маркетинг.	2
3	Концепции маркетинга	Современное состояние и субъекты маркетинговой деятельности (продолжение).	Рыночная ориентация строительства. Макроэкономические проблемы. Философия бизнеса. Коммерциализация предприятий.	2

4	Концепции маркетинга	Функции маркетинга	Цели, задачи и функции маркетинга. Аналитическая функция. Изучение рынка как такового. Изучение потребителей.	2
5	Концепции маркетинга	Функции маркетинга (продолжение)	Производственная функция. Организация производства. Управление качеством и конкурентоспособностью. Сбытовая функция.	2
6	Концепции маркетинга	Функции маркетинга (продолжение)	Применение инструментов маркетинга в отрасли. Функция управления и контроля. Подфункция планирования. Коммуникативная подфункция управления маркетингом. Контроль с помощью ситуационного анализа.	2
7	Маркетинговая среда	Объекты маркетингового анализа	Анализ рынка строительства. Потребители продукции строительной отрасли. Анализ конкурентов.	2
8	Маркетинговая среда	Объекты маркетингового анализа (продолжение)	Система формирования спроса и стимулирование сбыта. Анализ рекламы. Комплекс сбытовых мероприятий.	2
9	Маркетинговая среда	Информационное обеспечение маркетинга	Источники маркетинговой информации. Маркетинговая среда строительства. Факторы внешней среды.	2
10	Маркетинговая среда	Информационное обеспечение маркетинга (продолжение)	Информационное обеспечение для маркетинга строительства. Системность внутренней и внешней информации. Маркетинговые исследования.	2
11	Маркетинговая среда	Информационное обеспечение маркетинга (продолжение)	Алгоритм маркетингового исследования. Инструменты маркетинговых исследований. Составление плана выборки.	2
12	Методы маркетингового анализа	Маркетинговый анализ и его методы	Предварительное изучение проблемы. Выработка гипотез. Концепции исследования.	2
13	Методы маркетингового анализа	Маркетинговый анализ и его методы (продолжение)	Методы маркетингового анализа: наблюдение, опрос, панель, эксперимент.	2
14	Методы маркетингового анализа	Комплексная оценка и прогнозирование рынка	Сегментирование рынка. Емкость рынка, его конъюнктура. Комплексное методическое изучение рынка. Методы составления прогноза.	2
15	Методы маркетингового анализа	Конкурентоспособность на рынке	Конкурентоспособность и ее уровни. Методы измерения конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности продукции.	2
16	Продвижение продукции строительства	Стратегии маркетинга	Понятие стратегии маркетинга. Использование маркетинговой информации в выработке стратегии маркетинга. Классификация стратегий маркетинга.	2
17	Продвижение продукции строительства	Стратегии маркетинга (продолжение)	План маркетинга. Этапы стратегического планирования. Факторы, оказывающие влияние на стратегию маркетинга	2

18	Продвижение продукции строительства	Каналы распределения продукции	Каналы распределения: понятие, функции, уровни. Выбор участников канала распределения. Товародвижение в строительной отрасли.	2
19	Продвижение продукции строительства	Продвижение продукции для эффективной деятельности.	Понятие, виды, цели продвижения. Методы разработки бюджета на продвижение продукции. Эффективность продвижения и жизненней цикл продукции.	2
20	Продвижение продукции строительства	Реклама в деятельности строительной организации	Понятие и задачи рекламы. Виды рекламы. Средства рекламы: особенности, достоинства и недостатки.	2
21	Продвижение продукции строительства	Реклама в деятельности строительной организации (продолжение)	Процесс формирования рекламы. Средства рекламной деятельности. Оценка эффективности рекламы.	2
22	Продвижение продукции строительства	Стимулирование сбыта	Понятие стимулирования сбыта. Субъекты стимулирования сбыта: покупатели, посредники, продавцы. Средства стимулирования сбыта.	2
23	Управление маркетингом	Организация и контроль маркетинговой деятельности	Задачи маркетинга на предприятии. Организационная структура управления маркетингом в строительной организации	2
24	Управление маркетингом	Организация и контроль маркетинговой деятельности (продолжение)	Задачи и контроль маркетинговой деятельности. Уровни контроля. Стратегический контроль и развитие маркетинга.	2
			Итого за семестр:	**48**
			Итого:	**48**

4.2 Содержание лабораторных занятий

Учебные занятия не реализуются.

4.3 Содержание практических занятий

№ занятия	**Наименование раздела**	**Тема практического занятия**	**Содержание практического занятия** (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	**Количество часов / часов в электронной форме**
6 семестр				
1	Концепции маркетинга	Общая характеристика строительного предприятия.	Концепция бизнеса. Характеристика бизнеса. Задача предприятия Имидж предприятия.	2

2	Концепции маркетинга	Общая характеристика строительного предприятия (продолжение)	Основная характеристика анализируемого строительного предприятия. Ситуация образования предприятия. Организационно - правовая форма предприятия.	2
3	Концепции маркетинга	Выбор региона для выпуска продукции строительной отрасли.	Анализ деятельности потенциального производителя продукции. Характеристика производства. Финансовые и социально-экономические возможности развития производства. Характеристика продукции и отрасли.	2
4	Концепции маркетинга	Выбор региона для выпуска продукции строительной отрасли (продолжение)	Выбор целесообразного региона. Социально-политические факторы. Внутриэкономические факторы. Экспертная и расчетная оценка факторов.	2
5	Маркетинговая среда	Оценка рынка сбыта	Основные методы сбора маркетинговой информации. Первичные и вторичные исследования. Сегментация потребителей.	2
6	Маркетинговая среда	Характеристика продукции предприятия	Характеристика сферы деятельности: существующее положение и перспективы развития. Факторы, оказывающие воздействие на сферу деятельности.	2
7	Маркетинговая среда	Характеристика продукции предприятия (продолжение)	Сегментация продукции. Функциональные характеристики. Отличительные особенности. Жизненный цикл продукции. Необходимые условия производства.	2
8	Маркетинговая среда	Обоснование приоритетности выполнения маркетинговых мероприятий	Система определяющих показателей. Диапазон оценок по их значимости. Эксперты для оценки показателей. Матрица реализации оценок.	2
9	Маркетинговая среда	Обоснование приоритетности выполнения маркетинговых мероприятий (продолжение)	Деловая игра. Формирование матрицы ранговых оценок. Сумма неразличимых рангов. Средняя суммарная оценка по факторам. Сумма квадратов отклонений. Коэффициент согласованности между экспертами. Уровень достоверности коэффициента согласованности.	2
10	Методы маркетингового анализа	Оценка конкурентов	Цели, стратегии конкурентов. Предпринимательская философия и культура бизнеса. Финансовые возможности. Анализ сильных и слабых сторон конкурентов.	2
11	Методы маркетингового анализа	Оценка конкурентов (продолжение)	Качественный анализ конкурентов. Оценка конкурентоспособности предприятий.	2
12	Методы маркетингового анализа	Маркетинговый анализ деятельности участников специализированных выставок	Цели, задачи выставки. Преимущества. Коммуникационные взаимодействия. Деловая игра.	2

13	Методы маркетингового анализа	Маркетинговый анализ деятельности участников специализированных выставок (продолжение)	Маркетинговый анализ деятельности предприятий строительной отрасли на специализированной выставке. Достоинства и недостатки участников. Деловая игра.	2
14	Методы маркетингового анализа	Прогноз выпуска продукции	Изучение конъюнктуры рынка. Метод экстраполяции динамических рядов.	2
15	Методы маркетингового анализа	Прогноз выпуска продукции (продолжение)	Средний уровень ряда. Прогноз объёма выпускаемой продукции. Возможная ошибка прогноза. Дисперсия выпуска продукции. Средний темп роста объёма выпускаемой продукции.	2
16	Методы маркетингового анализа	Изучение конъюнктуры рынка с помощью матрицы Ансофа	Расчёт многомерной величины по совокупности количественных и качественных величин. Координата ранговых оценок ситуации на рынке. Координаты ранговых оценок возможностей производителя. Расчёт координаты ситуации на строительном рынке.	2
17	Продвижение продукции строительства	Ценовая политика	Цели ценовой политики. Ценовая стратегия. Альтернативы ценовой политики.	2
18	Продвижение продукции строительства	Реклама и методы стимулирования сбыта	Цели рекламы. Рекламный бюджет.	2
19	Продвижение продукции строительства	Реклама и методы стимулирования сбыта (продолжение)	Объект рекламы. План разработки рекламных мероприятий. Эффективность рекламной деятельности.	2
20	Продвижение продукции строительства	Построение стратегической канвы	Инструмент создания бизнес –пространства. Цена услуги. Уровень сервиса. Наличие развитых рекламно — информационных ресурсов. Возможность быстрого поиска и выбора объектов (собственная база). Надежность результатов услуги и её юридических последствий. Простота оформления взаимоотношений, лояльность.	2
21	Продвижение продукции строительства	Построение стратегической канвы (продолжение)	Инструмент диагностики и построения. Экспертная оценка для факторов. Стратегическая канва рынка недвижимости.	2
22	Управление маркетингом	Оценка рисков	Ранжирование рисков по группам. Виды простых рисков.	2
23	Управление маркетингом	Оценка рисков (продолжение)	Оценка вероятности наступления риска. Общая оценка риска. Предотвращения рисковых ситуаций. Деловая игра.	2

24	Управление маркетингом	Построение бизнес - модели «Канвас»	Сегменты потребителей. Ключевая ценность. Каналы сбыта. Отношения с клиентами. Потоки доходов. Ключевые ресурсы.. Ключевая деятельность (ключевые мероприятия). Ключевые партнеры. Структура расходов.	2
			Итого за семестр:	**48**
			Итого:	**48**

4.4. Содержание самостоятельной работы

Наименование раздела	**Вид самостоятельной работы**	**Содержание самостоятельной работы** (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	**Количество часов**
6 семестр			
Концепции маркетинга	подготовка к экзамену	Строительство как субъект маркетинговой деятельности. Классификация предприятий для маркетинговой деятельности. Организационно-правовые формы предприятий и маркетинг.	2
Маркетинговая среда	подготовка к практическим занятиям	Сегментация продукции. Основные методы сбора маркетинговой информации.	4
Методы маркетингового анализа	подготовка к практическим занятиям	Метод экстраполяции динамических рядов. Оценка конкурентоспособности предприятий.	3
Продвижение продукции строительства	подготовка к экзамену	Стратегия маркетинга. Каналы распределения. Процесс формирования рекламы.	4
Управление маркетингом	подготовка к экзамену	Уровни контроля. Стратегический контроль и развитие маркетинга. Организационная структура управления маркетингом в строительной организации.	4
		Итого за семестр:	**17**
		Итого:	**17**

5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю)

№ п/п	**Библиографическое описание**	**Ресурс НТБ СамГТУ** (ЭБС СамГТУ, IPRbooks и т.д.)
Основная литература		

1	Асаул, А.Н. Маркетинг-менеджмент в строительстве : Учеб.пособие / А.Н.Асаул,В.П.Грахов;Гос.образоват.учреждение высш.проф.образования Ижев.гос.техн.ун-т.- СПб., Гуманистика, 2007.- 245 с.	Электронный ресурс
2	Маркетинг в строительстве : учеб. для вузов строит. специальностям [Текст] / под ред. И. С. Степанова, В. Я. Шайтанова.- Москва, Юрайт-М, 2001.- 343 с.	Электронный ресурс
3	Основы маркетинга. Теория и практика; ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71036.html	Электронный ресурс
Дополнительная литература		
4	Серпухова, Е.П. Бизнес-планирование для организации предпринимательской деятельности : учебное пособие / Е. П. Серпухова, О. Г. Сайманова; Самар.гос.техн.ун-т, Стоимостный инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений.- Самара, 2019.- 178 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||3665	Электронный ресурс
5	Управление маркетингом; ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||iprbooks||71205	Электронный ресурс
Учебно-методическое обеспечение		
6	Ермолаев, Е. Е. Бизнес-планирование : метод. указания [Электронный ресурс] / Самар. гос. архитектур.-строит. ун-т (СГАСУ), Каф. упр. гор. хоз-вом в стр-ве .- .- Самара, СГАСУ, 2016.- 1 электрон. опт. диск. (CD-R)	Электронный ресурс
7	Серпухова, Е. П. Маркетинг в городском хозяйстве : Метод.указания для выполн.курсовой работы [Текст] / Самар. гос. архитектур.-строит. ун-т (СГАСУ), Каф. экономики и упр. в гор. хоз-ве.- Самара, 2004.- 40с.	Электронный ресурс
8	Серпухова, Елена Петровна Маркетинг в городском хозяйстве : метод. указания [Текст] / Самар. гос. архитектур.-строит. ун-т (СГАСУ), Каф. экономики и упр. в гор. хоз-ве.- Самара, 2012 .- 45 с.	Электронный ресурс
9	Щеголева, И. П. Маркетинг в строительстве : Метод.указания к практ.занятиям для студ.инж.-экон.фак. [Текст] / Самар. гос. архитектур.-строит. акад. (СамГАСА), Каф. экон. теории и методов хозяйствования.- Самара, СамГАСА, 2003.- 28с.	Электронный ресурс

Доступ обучающихся к ЭР НТБ СамГТУ (elib.samgtu.ru) осуществляется посредством электронной информационной образовательной среды университета и сайта НТБ СамГТУ по логину и паролю.

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

При проведении лекционных занятий используется мультимедийное оборудование.

Организовано взаимодействие обучающегося и преподавателя с использованием электронной ин-формационной образовательной среды университета.

№ п/п	Наименование	Производитель	Способ распространения
1	Антиплагиат. Вуз	ЗАО «Анти-плагиат» (Отечественный)	Лицензионное
2	Интернет-браузер Opera	Opera Software ASA (Отечественный)	Свободно распространяемое

3	Пакет офисных программ Microsoft Office	Microsoft (Зарубежный)	Лицензионное
4	Программа Adobe Reader	Adobe Systems Incorporated (Зарубежный)	Свободно распространяемое

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование	Краткое описание	Режим доступа
1	Энциклопедия маркетинга	1. www.marketing.spb.ru	Ресурсы открытого доступа
2	Маркетинг - теория и практика	4. www.cfin.ru/marketing/index.shtml	Ресурсы открытого доступа
3	Журнал «Маркетинг PRO»	http://www.marketingpro.ru/	Ресурсы открытого доступа

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер / ноутбук), учебно-наглядные, учебно-методические пособия, тематические иллюстрации.

Практические занятия

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Лабораторные занятия null

Самостоятельная работа

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ:

- читальный зал НТБ СамГТУ (ауд. 200 корпус №8; ауд. 125 корпус № 1; ауд. 41, 31, 34, 35 Главный корпус библиотеки; ауд. 83а, 414, 416, 0209 12 корпус; ауд. 401 корпус №10).

9. Методические материалы

Методические рекомендации при работе на лекции

До лекции студент должен просмотреть учебно-методическую и научную литературу по теме лекции с тем, чтобы иметь представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции.

Перед началом лекции обучающимся сообщается тема лекции, план, вопросы, подлежащие рассмотрению, доводятся основные литературные источники. Весь учебный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т.е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплен в памяти. Приступая к слушанию нового учебного материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном, повышение тона, изменение ритма, пауза и т.п.), необходимо вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и определять их содержание, проблемы, предполагать их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, можно значительно облегчить себе понимание учебного материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

Конспектирование лекции позволяет обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем можно было восстановить в памяти основные, содержательные моменты. Типичная ошибка, совершаемая обучающимся, дословное конспектирование речи преподавателя. Как правило, при записи «слово в слово» не остается времени на обдумывание, анализ и синтез информации. Отбирая нужную информацию, главные мысли, проблемы, решения и выводы, необходимо сокращать текст, строить его таким образом, чтобы потом можно было легко в нем разобраться. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых можно будет делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. С окончанием лекции работа над конспектом не может считаться завершенной. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, уточнить что-то на консультации и т.п. с тем, чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к практическим занятиям, зачету, экзамену. Конспект лекции – незаменимый учебный документ, необходимый для самостоятельной работы.

Методические рекомендации при подготовке и работе на практическом занятии

Практические занятия по дисциплине проводятся в целях выработки практических умений и приобретения навыков в решении профессиональных задач.

Рекомендуется следующая схема подготовки к практическому занятию:

1. ознакомление с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. проработка конспекта лекции;
3. чтение рекомендованной литературы;
4. подготовка ответов на вопросы плана практического занятия;
5. выполнение тестовых заданий, задач и др.

Подготовка обучающегося к практическому занятию производится по вопросам, разработанным для каждой темы практических занятий и (или) лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы.

Работа студентов во время практического занятия осуществляется на основе заданий, которые выдаются обучающимся в начале или во время занятия. На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий. Обучающимся необходимо обращать внимание на основные понятия, алгоритмы, определять практическую значимость рассматриваемых вопросов. На практических занятиях обучающиеся должны уметь выполнить расчет по заданным параметрам или выработать определенные решения по обозначенной проблеме. Задания могут быть групповые и

индивидуальные. В зависимости от сложности предлагаемых заданий, целей занятия, общей подготовки обучающихся преподаватель может подсказать обучающимся алгоритм решения или первое действие, или указать общее направление рассуждений. Полученные результаты обсуждаются с позиций их адекватности или эффективности в рассмотренной ситуации.

Методические рекомендации при работе на лабораторном занятии

Проведение лабораторной работы делится на две условные части: теоретическую и практическую.

Необходимыми структурными элементами занятия являются проведение лабораторной работы, проверка усвоенного материала, включающая обсуждение теоретических основ выполняемой работы.

Перед лабораторной работой, как правило, проводится технико-теоретический инструктаж по использованию необходимого оборудования. Преподаватель корректирует деятельность обучающегося в процессе выполнения работы (при необходимости). После завершения лабораторной работы подводятся итоги, обсуждаются результаты деятельности.

Возможны следующие формы организации лабораторных работ: фронтальная, групповая и индивидуальная. При фронтальной форме выполняется одна и та же работа (при этом возможны различные варианты заданий). При групповой форме работа выполняется группой (командой). При индивидуальной форме обучающимися выполняются индивидуальные работы.

По каждой лабораторной работе имеются методические указания по их выполнению, включающие необходимый теоретический и практический материал, содержащие элементы и последовательную инструкцию по проведению выбранной работы, индивидуальные варианты заданий, требования и форму отчетности по данной работе.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей обучающегося.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий;
- на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания;
- на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств представлен в приложении № 1.

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины
Б1.В.02.02 «Маркетинг в строительстве»

Фонд оценочных средств
по дисциплине
Б1.В.02.02 «Маркетинг в строительстве»

Код и направление подготовки (специальность)	27.03.02 Управление качеством
Направленность (профиль)	Управление качеством в строительстве
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Строительно-технологический факультет (СТФ)
Выпускающая кафедра	Кафедра "Стоимостной инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений"
Кафедра-разработчик	Кафедра "Стоимостной инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	144 / 4
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Экзамен

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

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Профессиональные компетенции			
Не предусмотрено	ПК-5 Способен выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	ПК-5.1 Подготавливает исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Владеть Навыками выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)
			Знать Этапы жизненного цикла продукции
			Уметь Подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)
		ПК-5.2 Выполняет работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Владеть Методами управления качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов
			Знать Этапы жизненного цикла продукции (работ, услуг)
			Уметь Выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов
		ПК-5.3 Анализирует причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	Владеть Навыками анализа причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), и разработки планов мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, усл
			Знать Причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услу)г
			Уметь Анализировать причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)
	ПК-6 Способен проводить технико-экономический анализ производственно-хозяйственной деятельности	ПК-6.1 Выполняет поиск необходимой информации и анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывает экономические показатели в области качества	Владеть Навыками поиска необходимой информации и анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности, расчета экономических показателей в области качества
			Знать Показатели производственно-хозяйственной деятельности

			Уметь Анализировать показатели производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывать экономические показатели в области качества
		ПК-6.2 Определяет основные факторы и резервы повышения эффективности производства	Владеть Методами повышения эффективности производства
			Знать Основные факторы и резервы повышения эффективности производства
			Уметь Определять основные факторы и резервы повышения эффективности производства

Матрица соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения

Код индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация
Концепции маркетинга				
ПК-5.1 Подготавливает исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	**Уметь** Подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Навыками выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Этапы жизненного цикла продукции	вопросы у экзамену	Нет	Да
ПК-5.2 Выполняет работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	**Владеть** Методами управления качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	деловая игра	Да	Нет
	Уметь Выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	деловая игра	Да	Нет
	Знать Этапы жизненного цикла продукции (работ, услуг)	вопросы у экзамену	Нет	Да
ПК-5.3 Анализирует причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	**Знать** Причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услу)г	вопросы у экзамену	Нет	Да

	Уметь Анализировать причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	деловая игра	Да	Нет
	Владеть Навыками анализа причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), и разработки планов мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, усл	деловая игра	Да	Нет
ПК-6.1 Выполняет поиск необходимой информации и анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывает экономические показатели в области качества	**Владеть** Навыками поиска необходимой информации и анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности, расчета экономических показателей в области качества	деловая игра	Да	Нет
	Уметь Анализировать показатели производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывать экономические показатели в области качества	деловая игра	Да	Нет
	Знать Показатели производственно-хозяйственной деятельности	вопросы у экзамену	Нет	Да
ПК-6.2 Определяет основные факторы и резервы повышения эффективности производства	**Знать** Основные факторы и резервы повышения эффективности производства	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Уметь Определять основные факторы и резервы повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Методами повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
Маркетинговая среда				
ПК-5.1 Подготавливает исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	**Владеть** Навыками выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Этапы жизненного цикла продукции	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Уметь Подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
ПК-5.2 Выполняет работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	**Уметь** Выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Этапы жизненного цикла продукции (работ, услуг)	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Методами управления качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Отчет по практическим работам	Да	Нет

ПК-5.3 Анализирует причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	**Владеть** Навыками анализа причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), и разработки планов мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, усл	деловая игра	Да	Нет
	Знать Причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услу)г	Опрос	Да	Нет
	Уметь Анализировать причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	деловая игра	Да	Нет
ПК-6.1 Выполняет поиск необходимой информации и анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывает экономические показатели в области качества	**Знать** Показатели производственно-хозяйственной деятельности	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Навыками поиска необходимой информации и анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности, расчета экономических показателей в области качества	деловая игра	Да	Нет
	Уметь Анализировать показатели производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывать экономические показатели в области качества	деловая игра	Да	Нет
ПК-6.2 Определяет основные факторы и резервы повышения эффективности производства	**Уметь** Определять основные факторы и резервы повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Методами повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Основные факторы и резервы повышения эффективности производства	вопросы у экзамену	Нет	Да
Методы маркетингового анализа				
ПК-5.1 Подготавливает исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	**Уметь** Подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Навыками выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Этапы жизненного цикла продукции	вопросы у экзамену	Нет	Да

ПК-5.2 Выполняет работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	**Знать** Этапы жизненного цикла продукции (работ, услуг)	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Методами управления качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Уметь Выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Отчет по практическим работам	Да	Нет
ПК-5.3 Анализирует причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	**Уметь** Анализировать причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	деловая игра	Да	Нет
	Владеть Навыками анализа причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), и разработки планов мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, усл	деловая игра	Да	Нет
	Знать Причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услу)г	Опрос	Да	Нет
ПК-6.1 Выполняет поиск необходимой информации и анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывает экономические показатели в области качества	**Знать** Показатели производственно-хозяйственной деятельности	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Навыками поиска необходимой информации и анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности, расчета экономических показателей в области качества	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Уметь Анализировать показатели производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывать экономические показатели в области качества	Отчет по практическим работам	Да	Нет
ПК-6.2 Определяет основные факторы и резервы повышения эффективности производства	**Уметь** Определять основные факторы и резервы повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Методами повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Основные факторы и резервы повышения эффективности производства	вопросы у экзамену	Нет	Да
Продвижение продукции строительства				

ПК-5.1 Подготавливает исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	**Уметь** Подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Навыками выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Этапы жизненного цикла продукции	вопросы у экзамену	Нет	Да
ПК-5.2 Выполняет работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	**Знать** Этапы жизненного цикла продукции (работ, услуг)	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Методами управления качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	деловая игра	Да	Нет
	Уметь Выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	деловая игра	Да	Нет
ПК-5.3 Анализирует причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	**Уметь** Анализировать причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	деловая игра	Да	Нет
	Знать Причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услу)г	Опрос	Да	Нет
	Владеть Навыками анализа причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), и разработки планов мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, усл	деловая игра	Да	Нет
ПК-6.1 Выполняет поиск необходимой информации и анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывает экономические показатели в области качества	**Владеть** Навыками поиска необходимой информации и анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности, расчета экономических показателей в области качества	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Показатели производственно-хозяйственной деятельности	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Уметь Анализировать показатели производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывать экономические показатели в области качества	Отчет по практическим работам	Да	Нет

ПК-6.2 Определяет основные факторы и резервы повышения эффективности производства	**Уметь** Определять основные факторы и резервы повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Основные факторы и резервы повышения эффективности производства	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Методами повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
Управление маркетингом				
ПК-5.1 Подготавливает исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	**Уметь** Подготавливать исходные данные для выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Навыками выбора и обоснования технических и организационно-экономических решений по управлению качеством на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг)	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Этапы жизненного цикла продукции	вопросы у экзамену	Нет	Да
ПК-5.2 Выполняет работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	**Знать** Этапы жизненного цикла продукции (работ, услуг)	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Методами управления качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Уметь Выполнять работы по управлению качеством процессов на всех этапах жизненного цикла продукции (работ, услуг) с применением современных средств и методов	Отчет по практическим работам	Да	Нет
ПК-5.3 Анализирует причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	**Уметь** Анализировать причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услуг), и разрабатывает планы мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, услуг)	деловая игра	Да	Нет
	Владеть Навыками анализа причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), и разработки планов мероприятий по их устранению и обеспечению требуемого качества продукции (работ, усл	деловая игра	Да	Нет
	Знать Причины, вызывающие снижение качества продукции (работ, услу)г	Опрос	Да	Нет

ПК-6.1 Выполняет поиск необходимой информации и анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывает экономические показатели в области качества	**Знать** Показатели производственно-хозяйственной деятельности	вопросы у экзамену	Нет	Да
	Владеть Навыками поиска необходимой информации и анализа показателей производственно-хозяйственной деятельности, расчета экономических показателей в области качества	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Уметь Анализировать показатели производственно-хозяйственной деятельности, рассчитывать экономические показатели в области качества	Отчет по практическим работам	Да	Нет
ПК-6.2 Определяет основные факторы и резервы повышения эффективности производства	**Уметь** Определять основные факторы и резервы повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Владеть Методами повышения эффективности производства	Отчет по практическим работам	Да	Нет
	Знать Основные факторы и резервы повышения эффективности производства	вопросы у экзамену	Нет	Да

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Текущий контроль

Пример практического занятия

Пример практической работы на тему: «Изучение конъюнктуры рынка с помощью матрицы Ансофа»

Задание. Составить матрицу Ансофа для конкретной компании, открывающей своё производство на определённом региональном рынке.

Теоретические положения. Предприятие успешно функционирует на рынке, если правильно оценивает сложившуюся ситуацию и конъюнктуру. Поэтому при разработке бизнес-плана в маркетинговом разделе всегда оценивают конъюнктуру рынка, конкретную экономическую ситуацию, сложившуюся в определенное время при совокупности условий. Следует учесть, что конъюнктура для многих рынков быстро меняется. Поэтому важно быстро внедрить результаты изучения конъюнктуры в практическую деятельность. Общая конъюнктура оценивается по масштабу:

- в мире, стране, регионе, отрасли, по конкретному товару на данном рынке;
- благоприятная, неблагоприятная, средняя, противоречивая.

Рыночная конъюнктура оценивается по методам:

- на базе статистических данных – числа, ряды чисел, графики;
- экспертному.

Достаточное распространение получила методика, описанная И.Ансофом. В ней составляется матрица, в которой в качестве переменных используется два основных направления рынка, имеющих свои факторы. Расчёт многомерной величины по совокупности количественных и качественных величин заменяется балльной многомерной оценкой – стратегическими индексами. Для составления матрицы Ансофа анализируются два направления конъюнктуры со своими факторами:

1. Ситуация на региональном рынке данной продукции:
   - динамика роста объёма продукции на данном рынке;
   - эластичность спроса на продукцию;
   - устойчивость рынка, его инвестиционная привлекательность;
   - социально- экономическая ситуация в регионе;
   - состояние основных фондов конкурентов, их финансовые возможности.
2. Возможности производителя анализируемой продукции.
   - доля предприятия на общем рынке;
   - уровень конкурентоспособности продукции;
   - качество предоставляемых сервисных услуг;
   - развитие маркетинга на предприятии.

Каждому фактору переменных задаётся удельный вес в порядке приоритетности, используя условие:

$$\sum_{j=}^{m} y_j = 1,$$

где $У_j$ – удельный вес j-го фактора;

j – фактор сравнительных переменных.

Принимающие в исследовании эксперты ставят оценки по заданной шкале: от очень отрицательно до отлично. Стратегический индекс рассчитывается по формуле:

$$R_i = \sum_{j=1}^{m} У_j \times r_j ,$$

где r_j - оценка j –го фактора i-м экспертом;

i – эксперт.

Полученные оценки используются при табличном расчёте координат матрицы. Координаты ранговых оценок рекомендуется составлять в виде таблиц 1, 2.

Таблица 1

Координата ранговых оценок ситуации на рынке

№ п/п	Факторы	Удельный вес	Оценка факторов					
			Эксперт 1		Эксперт 2		Эксперт 3	
			Оценка	Результат	Оценка	Результат	Оценка	Результат
1	Динамика роста объёма продукции на данном рынке	$У_1$	R_{11}	$У_1 r_{11}$	R_{12}	$У_1 r_{12}$	r_{11}	$У_1 r_{13}$
2	Эластичность спроса на продукцию	$У_2$	r_{21}	$У_2 r_{21}$	R_{22}	$У_2 r_{22}$	r_{23}	$У_2 r_{23}$
3	Устойчивость рынка, его инвестиционная привлекательность	$У_3$	r_{31}	$У_3 r_{31}$	R_{32}	$У_3 r_{32}$	r_{33}	$У_3 r_{33}$
4	Социально-экономическая ситуация в регионе	$У_4$	r_{41}	$У_4 r_{41}$	R_{42}	$У_4 r_{42}$	r_{43}	$У_4 r_{43}$
5	Состояние ОПФ конкурентов, их финансовые возможности	$У_5$	r_{51}	$У_5 r_{51}$	R_{52}	$У_5 r_{52}$	r_{53}	$У_5 r_{53}$
		1.0		$\sum_{j=1}^{m} У_j r_{n1}$		$\sum_{j=1}^{m} У_j r_{n2}$		$\sum_{j=1}^{m} У_j r_{n3}$

Таблица 2

Координаты ранговых оценок возможностей производителей продукции на рынке

№ п/п	Факторы	Удельный вес	Оценка факторов					
			Производитель 1		Производитель 2		Производитель 3	
			Оценка	Результат	Оценка	Результат	Оценка	Результат
1	Доля предприятия на общем рынке	$У_1$	R_{11}	$У_1 r_{11}$	R_{12}	$У_1 r_{12}$	r_{11}	$У_1 r_{13}$

2	Уровень конкурентоспособности продукции	$У_2$	r_{21}	$У_2\ r_{21}$	R_{22}	$У_2\ r_{22}$	r_{23}	$У_2\ r_{23}$
3	Качество предоставляемых финансовых, сервисных услуг	$У_3$	r_{31}	$У_3\ r_{31}$	R_{32}	$У_3\ r_{32}$	r_{33}	$У_3 r_{33}$
4	Развитие маркетинга на предприятии	$У_4$	r_{41}	$У_4\ r_{41}$	R_{42}	$У_4\ r_{42}$	r_{43}	$У_4\ r_{43}$
		1.0		$\sum_{j=1}^{m} У_j\ r_{n1}$		$\sum_{j=1}^{m} У_j r_{n2}$		$\sum_{j=1}^{m} У_j\ r_{n3}$

Координата фактической ситуации на рынке (ФС) на основе матрицы позволяет производителю разработать и внедрить маркетинговую стратегию работы.

Порядок выполнения задания. Эксперт оценивал конъюнктуру рынка цемента в выбранном для анализа регионе, чтобы выяснить возможность открытия производства для производителя в данном регионе. Оценки проставлялись по шкале: от 1 – очень отрицательно, до 5 – отлично (табл. 3). Исходя из оценки сложившейся ситуации на данном рынке, координата составила 3.85 (табл. 4). Эту ситуацию можно охарактеризовать как благоприятную и перспективную для открытия производства. Эксперт, разрабатывающий бизнес-план, выясняет также возможность анализируемых производителей работать на данном рынке. Эта возможность определяется, исходя из места, которое занимает каждое предприятие на рынке этой продукции среди других производителей (табл. 4). Координаты фактической ситуации производителей на рынке данного товара (рис. 1) на основе матрицы показывают место каждого из представленных производителей цемента. В примере (рис.1) лучшая ситуация для работы на рынке цемента для анализируемого региона у компании А, так как его оценка (3.85; 4.1), что выше, чем у компании В (3.85; 3.1) и компании Б (3.85; 2.6).

Таблица 3

Расчёт координаты ситуации на определенном рынке цемента

№ п/п	Факторы	Удельный вес	Оценка факторов	
			Оценка	Результат
1	Динамика роста объёма продукции на данном рынке	0.3	3	0.9
2	Эластичность спроса на продукцию	0.15	5	0.75
3	Устойчивость рынка, его инвестиционная привлекательность	0.15	4	0.6
4	Социально-экономическая ситуация в регионе	0.1	4	0.4

5	Состояние основных фондов конкурентов, их финансовые возможности	0.3	4	1.2
		1.0		3.85

Таблица 4

Координаты ранговых оценок возможностей основных производителей цемента

№ п/п	Факторы	Удельный вес	Оценка факторов					
			Компания А		Компания Б		Компания В	
			Оценка	Результат	Оценка	Результат	Оценка	Результат
1	Доля предприятия на рынке	0.3	5	1.5	1	0.3	1	0.3
2	Уровень конкурентоспособности продукции	0.3	4	1.2	3	0.9	4	1.2
3	Качество предоставляемых финансовых, сервисных услуг	0.2	4	0.6	3	0.6	4	0.8
4	Развитие маркетинга на предприятии	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
		1.0		4.1		2.6		3.1

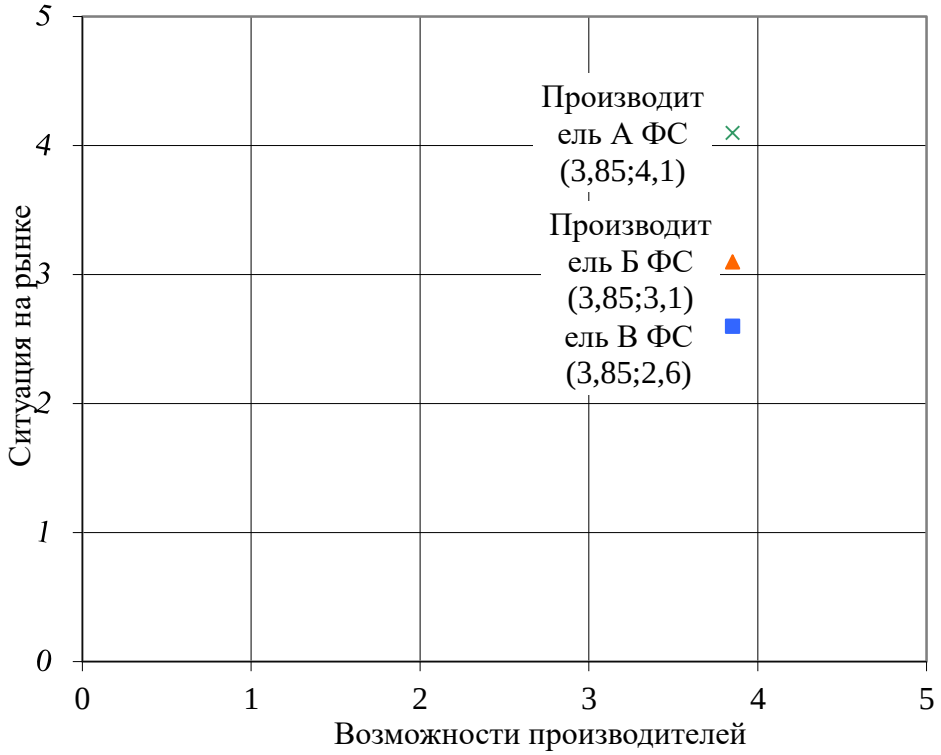


Рис. 1. Фактическая ситуация (ФС) производителей цемента на региональном рынке на основе матрицы

Формы промежуточной аттестации - экзамен

Вопросы к экзамену

1. Анализ состояния маркетинговой деятельности. Этапы развития маркетинга. Факторы проявления маркетинга в отрасли.

2. Строительство как субъект маркетинговой деятельности. Классификация предприятий для маркетинговой деятельности. Организационно-правовые формы предприятий и маркетинг.
3. Рыночная ориентация строительства. Макроэкономические проблемы. Философия бизнеса. Коммерциализация предприятий.
4. Цели, задачи и функции маркетинга. Аналитическая функция. Изучение рынка как такового. Изучение потребителей.
5. Производственная функция. Организация производства. Управление качеством и конкурентоспособностью. Сбытовая функция.
6. Применение инструментов маркетинга в отрасли. Функция управления и контроля. Подфункция планирования. Коммуникативная подфункция управления маркетингом. Контроль с помощью ситуационного анализа.
7. Анализ рынка строительства. Потребители продукции строительной отрасли. Анализ конкурентов.
8. Система формирования спроса и стимулирование сбыта. Анализ рекламы. Комплекс сбытовых мероприятий.
9. Источники маркетинговой информации. Маркетинговая среда строительства. Факторы внешней среды.
10. Информационное обеспечение для маркетинга строительства. Системность внутренней и внешней информации. Маркетинговые исследования.
11. Алгоритм маркетингового исследования. Инструменты маркетинговых исследований. Составление плана выборки.
12. Предварительное изучение проблемы. Выработка гипотез. Концепции исследования.
13. Методы маркетингового анализа: наблюдение, опрос, панель, эксперимент.
14. Сегментирование рынка. Емкость рынка, его конъюнктура. Комплексное методическое изучение рынка. Методы составления прогноза.
15. Конкурентоспособность и ее уровни. Методы измерения конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности продукции.
16. Понятие стратегии маркетинга. Использование маркетинговой информации в выработке стратегии маркетинга. Классификация стратегий маркетинга.
17. План маркетинга. Этапы стратегического планирования. Факторы, оказывающие влияние на стратегию маркетинга.
18. Каналы распределения: понятие, функции, уровни. Выбор участников канала распределения. Товародвижение в строительной отрасли.
19. Понятие, виды, цели продвижения. Методы разработки бюджета на продвижение продукции. Эффективность продвижения и жизненней цикл продукции.
20. Понятие и задачи рекламы. Виды рекламы. Средства рекламы: особенности, достоинства и недостатки.
21. Процесс формирования рекламы. Средства рекламной деятельности. Оценка эффективности рекламы.
22. Понятие стимулирования сбыта. Субъекты стимулирования сбыта: покупатели, посредники, продавцы. Средства стимулирования сбыта.
23. Задачи маркетинга на предприятии. Организационная структура управления маркетингом в строительной организации.
24. Задачи и контроль маркетинговой деятельности. Уровни контроля. Стратегический контроль и развитие маркетинга.

Критерии оценивания результатов изучения дисциплины во время занятий (текущий контроль успеваемости)

В ходе изучения дисциплины проводится контроль качества изучения материала в виде оценивания выполнения текущих заданий, в том числе на практических занятиях. Результаты работы на практических занятиях учитываются по накопительной системе и отражаются в Электронном журнале в автоматизированной информационной системе Университета (АИС)
Количество КТ (контрольных точек) в семестре по дисциплине составляет 4.
Удельный вес каждой КТ 25%. Сумма весов всех КТ равна 100 %.
КТ1 проводится на практическом занятии ПЗ 6 по изучению материала разделов 1-3.
КТ2 проводится на практическом занятии ПЗ 12 по изучению разделов 3-5.
КТ3 проводится на практическом занятии ПЗ 18 по изучению разделов 1-3.
КТ4 проводится на практическом занятии ПЗ 24 по изучению разделов 3-5.
Успешному прохождению КТ соответствуют оценки «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»; неуспешному – оценки «неудовлетворительно».
Оценка за КТ по балльной шкале («2», «3», «4», «5») выставляется независимо от формы промежуточной аттестации по дисциплине.

Критерии оценки практических заданий по разделам 1-5

Оценка «2» выставляется, если студент не выполнил ни одно задание за аттестуемый период времени.
Оценка «3» выставляется, если задания за аттестуемый период времени не выполнены в полном объеме или выполнены со значительными ошибками.
Оценка «4» выставляется, если задания за аттестуемый период времен выполнены в полном объеме или выполнены с незначительными замечаниями.
Оценка «5» выставляется, если задания за аттестуемый период времени выполнены правильно в полном объеме.
КТ считается пройденной если обучающийся получил оценку «удовлетворительно» и выше.
Оценке «зачтено» соответствуют оценки «удовлетворительно», «хорошо», «отлично», оценке «не зачтено» - «неудовлетворительно».
Расчет в электронном журнале итоговой оценки производится автоматически
Формула расчета в электронном журнале представляет собой следующий алгоритм: итоговый балл = сумма баллов контрольных точек, умноженных на 25%, разделенная на 100%.

Критерии оценивания ответов студентов при опросе

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента на все вопросы;
Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного, но недостаточно полного ответа на некоторые поставленные вопросы;
Оценка «удовлетворительно» - при условии правильного, но недостаточно полного ответа на все вопросы;
Оценка «неудовлетворительно» - если студент не на все вопросы ответил правильно.

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

Критерии и шкала оценивания результатов изучения дисциплины во время занятий (текущий контроль успеваемости)

Таблица 1

№	Наименование оценочного средства	Критерии оценки КТ
1	2	3
1	Практические работы КТ1-4	- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент правильно выполнил все практические работы, сделал соответствующие выводы; - оценка «хорошо» выставляется, если студент почти правильно выполнил расчет всех показателей по практическим работам, сделал соответствующие выводы; -оценка «удовлетворительно» - если студент почти полностью и верно правильно выполнил расчеты показателей практических работ, имел недостатки в оформлении; -оценка «неудовлетворительно – если студент не рассчитал выполнил основную часть практических работ.
2	Деловая игра КТ2-3	- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент он предложил эффективное, детально разработанное мероприятие по решению проблемы деловой игры в области сертификации систем менеджмента качества, аргументировал собственную точку зрения, которую бригада приняла за основную; - оценка «хорошо» выставляется, если студент предложил конкретное мероприятие по решению вопросов деловой игры из области сертификации систем менеджмента качества, которую бригада приняла за значимую; -оценка «удовлетворительно» - если студент предложил недостаточно эффективные варианты деловой игры в решаемой области; -оценка «неудовлетворительно – при отсутствии разработанного мероприятия, ошибочных расчетов алгоритма методики.
3	Опрос КТ1-4	Зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, предусмотренного программой, «Не зачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, а ответ носит несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер.

Критерии и шкала оценивания результатов изучения дисциплины на промежуточной аттестации

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, который

- демонстрирует глубокие систематизированные знания по предмету, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов;
- правильно, аргументировано отвечает на все вопросы, с приведением примеров;
- правильно и грамотно строит свою речь.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, который

- демонстрирует хорошие систематизированные знания по предмету, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов;
- правильно, аргументировано отвечает на многие вопросы, с приведением примеров;
- грамотно строит свою речь.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, который

- демонстрирует удовлетворительные знания по предмету, владеет некоторыми приемами рассуждения, умеет связывать теорию с практикой, другими темами курса и взаимосвязанных дисциплин;
- удовлетворительно отвечает на вопросы преподавателя;
- владеет терминологией дисциплины.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, который
- не справился с ответом на вопросы билета, допустил существенные ошибки;
- не смог ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем;
- не продемонстрировал целостного представления о взаимосвязях, компонентах, этапах развития речевой культуры**,** не владеет терминологией дисциплины.

Пример экзаменационного билета

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)

Кафедра Стоимостной инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

по дисциплине «Маркетинг в строительстве»

Код направления подготовки 27.*03.02* Факультет строительно-технологический

Семестр 6

1. Производственная функция. Организация производства. Управление качеством и конкурентоспособностью. Сбытовая функция.
2. Понятие, виды, цели продвижения. Методы разработки бюджета на продвижение продукции. Эффективность продвижения и жизненней цикл продукции.

СОСТАВИЛ: к.э.н., доцент

/_____/*Серпухова Е.П.*/

Дата: / __/_____ 20___ г.

«УТВЕРЖДАЮ» зав. кафедрой

/_____/*Дидковская О.В.*/

Дата: / __/ ____ 20___ г.