

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Борзов Александр Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.05.2026 13:31:17
Уникальный программный ключ:
455c1bb9c883bfa2e44bcad3e1ef4a33800859e8



СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Северо-Западный университет»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»,
основной профессиональной образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки**

**38.03.05. БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА
направленность (профиль) программы бакалавриата –
«Электронный бизнес»**

*(срок получения образования
по программе бакалавриата – 4 года
форма обучения - очная)*

Рабочая программа учебной дисциплины **«Маркетинг малого предприятия»**, основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05. Бизнес-информатика, направленность (профиль) программы бакалавриата – «Электронный бизнес»**, одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации (протокол № 03/26 от 13.04.2026), утверждённой ректором **Автономной некоммерческой организации высшего образования «Северо-Западный университет»** 13.04.2026, разработана с учётом рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы образовательной организации на 2026/2027 учебный год, утверждённых ректором образовательной организации 13.04.2026.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована Автономной некоммерческой организацией высшего образования «Северо-Западный университет» при реализации учебной дисциплины **«Маркетинг малого предприятия»** (контактная работа педагогического работника с обучающимся при проведении практических занятий по дисциплине), основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05. Бизнес-информатика, направленность (профиль) программы бакалавриата – «Электронный бизнес»**, форма обучения – очная, одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации (протокол № 03/26 от 13.04.2026), утверждённой ректором **Автономной некоммерческой организации высшего образования «Северо-Западный университет»** 13.04.2026, в условиях выполнения обучающимися определённых видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей основной образовательной программы высшего образования.

Цель и задачи освоения дисциплины

Цель: заключается в изучении роли маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия сферы электронного бизнеса, содействие изучению основного инструментария маркетинга, процесса получения и анализа маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

Задачи: - теоретическое освоение вопросов, касающихся современных форм и методов управления маркетингом на предприятии;

- изучение особенностей товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной деятельности предприятия;

- приобретение практических навыков получения маркетинговой информации и использования ее в процессе принятия управленческих решений в электронном бизнесе.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг малого предприятия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль) «Электронный бизнес».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины (модули), практики	Последующие дисциплины (модули), практики
ПК-4	Бухгалтерский учет Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) HR-Технологии Управление персоналом Основы бизнеса Инновационное предпринимательство	-	Технологии организации продаж в информационно-коммуникационной сети "Интернет" Рынки информационных коммуникационных технологий и организация продаж Электронная коммерция Производственная практика, технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика
ПК-8	Бухгалтерский учет Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-системы) Основы бизнеса Инновационное предпринимательство Стандартизация, сертификация и управление качеством программного обеспечения	Технико-экономическое обоснование проектов	Производственная практика, технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика Планирование и организация проектной деятельности Корпоративные информационные системы Разработка ИТ-сервисов предприятия

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-4Способен управлять отношениями с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	ПК-4.1 Способен организовать, планировать и согласовывать принципы взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ, в частности принципов выбора поставщиков ресурсов ИТ	Знать: принципы взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ, в частности принципов выбора поставщиков ресурсов ИТ Уметь: организовать, планировать и согласовывать принципы взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ, в частности принципов выбора поставщиков ресурсов ИТ Владеть: навыками организовать, планировать и согласовывать принципы взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ, в частности принципов выбора поставщиков ресурсов ИТ
ПК-4Способен управлять отношениями с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	ПК-4.2 Способен контролировать и оптимизировать процедуру взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ в процессерешения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	Знать: процедуру взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия Уметь: контролировать и оптимизировать процедуру взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия Владеть: навыками контролировать и оптимизировать процедуру взаимоотношений с поставщиками и потребителями ресурсов ИТ

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
		поставщиками и потребителями ресурсов ИТ в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия
ПК-8 Способен управлять заинтересованными сторонами проекта	ПК-8.1 Способен выявлять и рассчитывать ожидания заинтересованных сторон проекта, владеть методами и способами управления ожиданиями	Знать: заинтересованные стороны проекта, владеть методами и способами управления ожиданиями Уметь: выявлять и рассчитывать ожидания заинтересованных сторон проекта, владеть методами и способами управления ожиданиями Владеть: навыками выявлять и рассчитывать ожидания заинтересованных сторон проекта, владеть методами и способами управления ожиданиями
ПК-8 Способен управлять заинтересованными сторонами проекта	ПК-8.2 Способен инициировать запросы на изменения (в том числе запросы на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий)	Знать: запросы на изменения(в том числе запросы на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий) Уметь: инициировать запросы на изменения (в том числе запросы на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий) Владеть: навыками инициировать запросы на изменения (в том числе запросы на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий)

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.				СР, час.	Форма аттестации
		Л	П	Пром.атт	конс		
очная	1/1						экзамен

Условные обозначения:

Л - лекционные занятия

П – практические занятия

Лаб – лабораторные занятия

СР – самостоятельная работа обучающегося

Пром.атт – промежуточная аттестация

Конс - консультации

Вид учебной работы		Всего	Из них часы	Семестр
	часов	на практическую подготовку	1,2	
Контактная работа				
Лекционные занятия (Лек)				
Практические занятия (Пр)				
Иная контактная работа, в том				
консультации по курсовой работе (проекту), контрольным работам				
контактная работа на аттестацию (сдача зачета, зачета с оценкой; защита курсовой работы)				
контактная работа на аттестацию в сессию (консультация перед экзаменом и сдача экзамена)				
Часы на контроль				
Самостоятельная работа (СР)				
Общая трудоемкость				
	часы:			
	зачетные единицы:			

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

5.1. Тематический план дисциплины (модуля)

№	Разделы дисциплины	Семестр	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				СР	Всего, час.	Код индикатора достижения компетенции		
			лекции		ПЗ					ЛР	
			всего	из них на практическую подготовку	всего	из них на практическую подготовку				всего	из них на практическую подготовку
1.											

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

4.1. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы организации процесса маркетинга на малом предприятии

Тема 1. Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии

Предпосылки становления, формирования и развития маркетинга в сфере малого предпринимательства. Сущность и специфика маркетинга малого предприятия. Организация процесса маркетинга малого предприятия.

Организация и планирование проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами.

Основные понятия маркетинга. Эволюция концепций управления маркетингом на предприятиях малого бизнеса. Основные цели, задачи и принципы маркетинга. Комплекс маркетинга предприятия малого предприятия и его роль в проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами. Особенности маркетинговой политики предприятия малого предприятия. Маркетинговая среда предприятий сферы малого бизнеса.

Тема 2. Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства

Понятие и необходимость маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований в малом бизнесе. Источники и виды маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований и ее реализация на основе стандартов управления проектами. Основные направления, цели и виды исследований, предпочтительных для малых предприятий. Особенности анализа и содержательной интерпретации полученных результатов.

Правила и процедуры организации маркетинговых исследований. Эффективность маркетинговых исследований

Тема 3. Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей

Структура рынка. Емкость и конъюнктура рынка. Понятие потребительского поведения. Характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке.

Понятие и цели сегментирования рынка малого предпринимательства. Рыночная сегментация и ее цели. Признаки сегментации рынка. Выбор целевого рынка и стратегии охвата рынка как фактор продвижения продукта предприятий малого бизнеса. Позиционирование на рынке.

Тема 4. Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами

Понятие продукта в сфере малого предпринимательства. Маркетинговое понимание продукта. Формирование продуктовой стратегии предприятий малого предприятия на основе организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.

Качество и конкурентоспособность товара. Позиционирование товара.

Продуктовая политика и товарный ассортимент. Этапы жизненного цикла продукта. Продвижение и реализация продуктов малого предприятия с учетом жизненного цикла продукта. Марка, марочное название и товарный знак в сфере малого предпринимательства. Конкурентоспособность и качество услуг, их место в стратегии маркетинга предприятий малого бизнеса. Основные принципы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений в сфере маркетинга малого предприятия.

Раздел 2. Практические применения комплекса маркетинговых коммуникаций малого предприятия

Тема 5. Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия

Сущность и основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций и их роль в решении стратегических и оперативных управленческих задач в сфере маркетинга.

Реклама. Виды, цели и средства рекламы. Связи с общественностью. Стимулирование сбыта и продаж. Личные продажи. Ярмарки, выставки. Прямой маркетинг.

Понятие и особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Цели, принципы ИМК. Организация и управление маркетинговыми коммуникациями.

Особенности формирования комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом особенностей организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.

Тема 6. Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами

Цена как элемент комплекса маркетинга и ее формирование.

Классификация цен. Функции цены. Структура и состав цены продукта малого предприятия. Цели ценообразования и их влияние на продвижение и реализацию продукта. Внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования. Возможность использования стандартов управления проектами при формировании ценовой политики. Особенности планирования цен с учетом стандартов управления проектами. Процесс управления ценами на малом предприятии.

Тема 7. Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия

Цели и функции каналов распределения в сфере малого предприятия. Оптовые продавцы продукции предприятий малого предприятия. Розничные продавцы малого предприятия. Организация каналов сбыта и критерии выбора каналов распределения.

Особенности политики распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия. Оценка эффективности политики и методов распределения, продвижения и реализации продуктов и услуг предприятий малого предприятия.

Тема 8. Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства

Маркетинговое планирование. Особенности организации и планирования проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами.

Контроль маркетинговой деятельности предприятия. Служба маркетинга, ее место в иерархии управления.

Организация и управление маркетингом в сфере малого предпринимательства.

4.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			Индикаторы достижения компетенций
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	
Раздел 1. Теоретические основы организации процесса маркетинга на малом предприятии					
1	Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии.				ПК-4.1; ПК-4.2;
2	Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства.				ПК-4.1; ПК-4.2;
3	Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей.				ПК-4.1; ПК-4.2;
4.	Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами.				ПК-4.1; ПК-4.2;

Раздел 2. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.					
5.	Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-8.1; ПК-8.2
6.	Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-8.1; ПК-8.2
7.	Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-8.1; ПК-8.2
		Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
8.	Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства.				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-8.1; ПК-8.2
	Всего				

5. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

6. Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (час.)	
			Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Раздел 1. Теоретические основы организации процесса маркетинга на малом предприятии				
1.	Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии.	1. Организация процесса маркетинга с учетом требований потребителей и их влияние на организацию маркетинга. 2. Роль и функции маркетинга малого предприятия и их роль в принятии управленческих решений 3. Комплекс маркетинга предприятия малого предприятия, структура и взаимосвязь его элементов. 4. Маркетинговая политика малого предприятия, предложения по ее совершенствованию. 5. Организация и планирование проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами.		
2.	Маркетинговые исследования в сфере малого предпринимательства.	1. Методика маркетинговых исследований и ее реализация на основе стандартов управления проектами. 2. Использование результатов маркетинговых исследований, 3. Оценка эффективности маркетинговых исследований		
3.	Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей.	1. Сегментирование рынка малого предпринимательства 2. Анализ и содержательная интерпретацию полученных результатов моделирования рынка.		

4.	Продуктовая политика предприятий малого предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами.	1. Формирование продуктовой стратегии предприятий малого предприятия на основе организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами. 2. Анализ ассортиментной политики малого предприятия. 3. Оценка качества и конкурентоспособности товара.		
Раздел 2. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности.				
5	Комплекс маркетинговых коммуникаций малого предприятия	1. Организация и управление маркетинговыми коммуникациями. 2. Формирования комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом особенностей организации и планировании проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.		
6	Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами.	1. Стратегия и тактика ценообразования. 2. Планирование цены с учетом стандартов управления проектами. 3. Процессы управления ценами на малом предприятии.		
7	Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия	1. Организация каналов сбыта и критерии выбора каналов 2. Особенности политики распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия. 3. Оценка эффективности политики и методов распределения, продвижения товаров и услуг фирмы.		
8	Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства.	1. Маркетинговое планирование. Особенности организации и планирования проектной деятельности в сфере маркетинга на основе стандартов управления проектами. 2. Контроль маркетинговой деятельности предприятия. 3. Организации и управление маркетингом в сфере малого предприятия с учетом критериев социально-экономической эффективности.		

7. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

8. Самостоятельная работа студента

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины

«Маркетинг малого предприятия» направлена на:

- усвоение новых, углубление и повторение ранее приобретенных знаний с целью их обобщения и систематизации;
- практическое применение знаний с целью их углубления, расширения, обобщения и систематизации;
- формирование и совершенствование практических умений и компетенций.

Раздел 1. Теоретические основы организации процесса маркетинга на малом предприятии

Тема 1. Современная концепция организации процесса маркетинга на малом предприятии

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.
2. Ознакомиться с нормативными документами.
3. Подготовить:
 - конспект в форме тезисов;
 - публичный доклад;
 - вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.
1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.
2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.
3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и рекомендованных источниках.
4. Подготовьте публичный доклад для этого:
 - проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
 - составьте план доклада;
 - напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.
5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Тема 2. Маркетинговые исследования в сфере ма логопредпринимательства

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.

2. Подготовить:

- конспект в форме тезисов;

- ответы на предложенные письменные проверочные работы

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Подготовьте ответы на предложенные письменные проверочные работы для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;

- найдите ответы на вопросы в своем конспекте и в

рекомендованных источниках;

- оформите ответы.

Тема 3. Анализ конъюнктуры рынка малого предпринимательства и спроса потребителей

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.

2. Подготовить:

- конспект в форме тезисов;

- ответы на предложенные письменные проверочные работы

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Подготовьте ответы на предложенные письменные проверочные работы для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;

- найдите ответы на вопросы в своем конспекте и в

рекомендованных источниках;

- оформите ответы.

Тема 4. Продуктовая политика предприятий малого

предприятия и ее обоснование на основе стандартов управления проектами

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.

2. Ознакомиться с нормативными документами.

3. Подготовить:

- конспект в форме тезисов;

- публичный доклад;

- вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и рекомендованных источниках.

4. Подготовьте публичный доклад для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;

- составьте план доклада;

- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Раздел 2. Практические применения комплекса маркетинговых коммуникаций малого предприятия

Тема 5. Комплекс маркетинговых коммуникаций малопредприятия

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.

2. Ознакомиться с нормативными документами.

3. Подготовить:

- конспект в форме тезисов;

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и рекомендованных источниках.

4. Подготовьте публичный доклад для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

Тема 6. Ценовая политика предприятий малого предприятия, и ее формирование с учетом особенностей планирования проектной деятельности в сфере маркетинга и стандартов управления проектами

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.

2. Ознакомиться с нормативными документами.

3. Подготовить:

- конспект в форме тезисов;
- публичный доклад;
- вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и рекомендованных источниках.

4. Подготовьте публичный доклад для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и предложенным темам докладов.

Тема 7. Методы распределения, продвижения и реализации продукта малого предприятия

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.

2. Ознакомиться с нормативными документами.

3. Подготовить:

- конспект в форме тезисов;

- публичный доклад;
- вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.
 2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и рекомендованных источниках.

4. Подготовьте публичный доклад для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

Тема 8. Особенности организации и управления маркетингом в сфере малого предпринимательства

Виды самостоятельной работы по теме:

1. Изучить учебный (лекционный или иной) материал.

2. Ознакомиться с нормативными документами.

3. Подготовить:

- конспект в форме тезисов;
- публичный доклад;
- вопросы к коллективной дискуссии по предложенным темам докладов.

1. Ознакомьтесь со списком рекомендованных источников.

2. Прочитайте лекционный материал по подготовленному своему конспекту в форме тезисов – сжатое изложение основных положений прочитанного материала по данной теме в форме утверждения или отрицания, дополненное рассуждениями и доказательствами обучающегося.

3. Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и рекомендованных источниках для кейс-стади (ситуационного задания).

4. Подготовьте публичный доклад для этого:

- проведите подборку литературы и ознакомьтесь с её содержанием;
- составьте план доклада;
- напишите текст доклада, прочитайте и отредактируйте его.

5. Подготовьте согласно проработанных вами источников и конспекта вопросы к дискуссии по теме практического занятия и

предложенным темам докладов.

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

Примечание:

а) Для обучающегося (бакалавра), осваивающего учебную дисциплину, обязательный компонент основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05. Бизнес-информатика (направленность (профиль) программы бакалавриата - «Электронный бизнес», форма обучения - очная), одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации (протокол № 03/26 от 13.04.2026), утверждённой ректором Автономной некоммерческой организации высшего образования «Северо-Западный университет» 13.04.2026, по индивидуальному учебному плану (при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра)), Университет:**

- разрабатывает, согласовывает с участниками образовательных отношений и утверждает в установленном порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту **индивидуальный учебный план** конкретного обучающегося (бакалавра) (*учебный план, обеспечивающий освоение конкретной основной образовательной программы высшего образования на основе индивидуализации её содержания с учётом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (бакалавра)*);

- устанавливает для конкретного обучающегося (бакалавра) по индивидуальному учебному плану **одинаковые дидактические единицы** - элементы содержания учебного материала, изложенного в виде утверждённой в установленном образовательной организацией порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту рабочей программы учебной дисциплины, обязательного компонента разработанной и реализуемой Университетом основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05. Бизнес-информатика** (направленность (профиль) программы бакалавриата - «Электронный бизнес», форма обучения – очная), как и для обучающегося (бакалавра), осваивающего основную образовательную программу высшего образования в учебной группе;

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося (**бакалавра**) **объём учебной дисциплины** с указанием количества академических часов/ ЗЕТ, выделенных на его контактную работу (групповую и (или) индивидуальную работу) с руководящими и (или) научно-педагогическими работниками, реализующими основную образовательную программу высшего образования;

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося (бакалавра) количество академических часов/ ЗЕТ по учебной дисциплине, выделенных на его самостоятельную работу (*при необходимости*).

б) Для обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья и инвалида, осваивающего учебную

дисциплину, основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05. Бизнес-информатика**(направленность (профиль) программы бакалавриата - «**Электронный бизнес**», форма обучения – очная), одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации (протокол № 03/26 от 13.04.2026), утверждённой ректором **Автономной некоммерческой организации высшего образования «Северо-Западный университет»** 13.04.2026, *(при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий))*, **Университет:**

- разрабатывает, согласовывает с участниками образовательных отношений и утверждает в установленном порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту **индивидуальный учебный план** конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида *(при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий))* (учебный план, обеспечивающий освоение конкретной основной образовательной программы высшего образования на основе индивидуализации её содержания с учётом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (бакалавра));

- устанавливает для конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья содержание образования (**одинаковые дидактические единицы** - элементы содержания учебного материала, как и для обучающего (бакалавра), осваивающего основную образовательную программу высшего образования в учебной группе) и условия организации обучения, изложенного в виде утверждённой в установленном Университетом порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту рабочей программы учебной дисциплины, обязательного компонента разработанной и реализуемой им адаптированной основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05. Бизнес-**

информатика(направленность (профиль) программы бакалавриата - «**Электронный бизнес**», форма обучения – очная), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (для конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида *(при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий))*;

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида *(при наличии факта зачисления такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий))* **объём учебной дисциплины** с указанием количества академических часов/ ЗЕТ, выделенных на его контактную работу (групповую и (или) индивидуальную работу) с руководящими и (или) научно-педагогическими работниками, реализующими основную образовательную программу высшего образования;

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида *(при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий))* количество академических часов/ ЗЕТ по учебной дисциплине, выделенных на его самостоятельную работу *(при*

необходимости).

11. Особенности организации образовательной деятельности по учебной дисциплине для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05. Бизнес- информатика** (направленность (профиль) программы бакалавриата - «**Электронный бизнес**», форма обучения - очная, одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации (протокол № 03/26 от 13.04.2026), утверждённой ректором **Автономной некоммерческой организации высшего образования «Северо-Западный университет»** 13.04.2026, обучающихся (бакалавров) с

ограниченными возможностями здоровья (*при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*) осуществляется Университетом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (бакалавров).

Образование обучающихся (бакалавров) с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися (бакалаврами), так и в отдельных группах.

Образовательной организацией созданы специальные условия для получения высшего образования по основной образовательной программе высшего образования обучающимися (бакалаврами) с ограниченными возможностями здоровья.

Под специальными условиями для получения высшего образования по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05.**

Бизнес- информатика (направленность (профиль) программы бакалавриата - «**Электронный бизнес**», форма обучения – очная), одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации (протокол № 03/26 от 13.04.2026), утверждённой ректором **Автономной некоммерческой организации высшего образования «Северо-Западный университет»** 13.04.2026, обучающимися (бакалаврами) с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения таких обучающихся (бакалавров), включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся (бакалаврам) необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здание образовательной организации и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение указанной выше основной образовательной программы высшего образования обучающимися (бакалаврами) с ограниченными возможностями здоровья (*при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*).

При получении высшего образования по указанной выше основной образовательной программе высшего образования обучающимся (бакалаврам) с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков (*при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*).

В целях доступности получения высшего образования по основной

профессиональной образовательной программе высшего образования - программе бакалавриата по направлению подготовки **38.03.05.**

Бизнес- информатика(направленность (профиль) программы бакалавриата - «**Электронный бизнес**», форма обучения – очная), одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации (протокол № 03/26 от 13.04.2026), утверждённой ректором **Автономной некоммерческой организации высшего образования «Северо-Западный университет»** 13.04.2026, лицами с ограниченными возможностями здоровья (*при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*) образовательной организацией обеспечивается:

- для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта образовательной организации в сети «Интернет» для слабовидящих;
- размещение в доступных для обучающихся (бакалавров), являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий (информация выполняется крупным рельефно-контрастным шрифтом (на белом или желтом фоне) и дублируется шрифтом Брайля);
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся (бакалавру) необходимую помощь;
- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося(бакалавра), являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию образовательной организации;

- для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров (мониторы, их размеры и количество определено с учетом размеров помещения));
- обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

- для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся (бакалавров) в учебные помещения, туалетные и другие помещения образовательной организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, локальное понижение стоек-барьеров; наличие специальных кресел и других приспособлений).

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

Используемое программное обеспечение (комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства):

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
--------------------------------------	---------------------------

Современные профессиональные и информационные справочные системы:

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
<p>Специализированная многофункциональная учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе, для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования (аудитория № 408):</p> <p>Столы для обучающихся; Стулья для обучающихся; Стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Интерактивная доска; Проектор</p>	<p>191015, г. Санкт-Петербург, Кавалергардская улица, дом 7, литера А (46,1 кв.м.; этаж 4, пом. 10-Н (ч.п. №№ 1-19))</p>
<p>Специализированная многофункциональная учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе, для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования (аудитория № 308):</p> <p>Столы для обучающихся; Стулья для обучающихся; Стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Интерактивная доска; Проектор; Сканер; Принтер</p>	<p>191015, г. Санкт-Петербург, Кавалергардская улица, дом 7, литера А (43,6 кв.м.; этаж 3, пом. 9-Н (ч.п. №№ 1-18))</p>
<p>Специализированная многофункциональная учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе, для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования (аудитория № 401):</p> <p>Столы для обучающихся; Стулья для обучающихся; Стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную</p>	<p>191015, г. Санкт-Петербург, Кавалергардская улица, дом 7, литера А (44,5 кв.м.; этаж 4, пом. 10-Н (ч.п. №№ 1-19))</p>

<p>информационно-образовательную среду лицензиата; Интерактивная доска; Проектор Сканер; Принтер</p>	
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся с перечнем основного оборудования (аудитория № 305): Столы для обучающихся; Стулья для обучающихся; Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Принтер; Сканер</p>	<p>191015, г. Санкт-Петербург, Кавалергардская улица, дом 7, литера А (16,2 кв.м.; этаж 3, пом. 9-Н (ч.п. №№ 1-18))</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся с перечнем основного оборудования (аудитория № 306): Столы для обучающихся; Стулья для обучающихся; Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Принтер; Сканер</p>	<p>191015, г. Санкт-Петербург, Кавалергардская улица, дом 7, литера А (15,4 кв.м.; этаж 3, пом. 9-Н (ч.п. №№ 1-18))</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся с перечнем основного оборудования (аудитория № 307): Столы для обучающихся; Стулья для обучающихся; Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; Принтер; Сканер</p>	<p>191015, г. Санкт-Петербург, Кавалергардская улица, дом 7, литера А (15,5 кв.м.; этаж 3, пом. 9-Н (ч.п. №№ 1-18))</p>

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Маркетинг малого предприятия

Код, направление подготовки **38.03.05. БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА**

направленность

(профиль) программы бакалавриата –

«Электронный бизнес»,

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения				
			неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6	7	

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина Маркетинг малого предприятия

Код, направление подготовки **38.03.05. БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА**

направленность

(профиль) программы бакалавриата –

«Электронный бизнес»,

- **Основная литература**

Оценочные материалы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ()

4-балльная шкала. Шкала соотносится с целями дисциплины и предполагаемыми результатами ее освоения.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям: в ходе контрольных мероприятий обучающийся показывает владение менее 50% приведенных показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует полное отсутствие или явную недостаточность (менее 25%) знаний, умений, навыков в соответствии с приведенными показателями.

Шкала оценивания уровня знаний

Таблица 1

Оценка	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня знаний
5	Максимальный уровень	Студент полно, правильно и логично ответил на теоретический вопрос. Показал понимание материала, отличные знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы. Продемонстрировал соблюдение норм литературной речи.
4	Средний уровень	Студент ответил на теоретический вопрос с небольшими неточностями. Показал хорошие знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов. Продемонстрировал соблюдение норм литературной речи.
3	Минимальный уровень	Студент ответил на теоретический вопрос с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей. Допустил нарушения норм литературной речи.
2	Минимальный уровень не достигнут	При ответе на теоретический вопрос студент продемонстрировал недостаточный уровень знаний, материал излагал непоследовательно. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов. Допустил существенные нарушения норм литературной речи.

Шкала оценивания уровня умений

Таблица 2

Оценка	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня умений
5	Максимальный	Студент правильно выполнил практическое

	уровень	задание в соответствии с предъявляемыми требованиями.
4	Средний уровень	Студент выполнил практическое задание, допустив незначительные погрешности, которые смог самостоятельно исправить.
3	Минимальный уровень	Студент в целом выполнил практическое задание, но допустил существенные неточности, не проявил умения правильно интерпретировать полученные результаты.
2	Минимальный уровень не достигнут	Студент не выполнил практическое задание, не способен пояснить и полученный результат.

Шкала оценивания уровня владения навыками

Таблица 3

Оценка	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня владения навыками
5	Максимальный уровень	Практическое задание выполнено в полном объеме с использованием рациональных способов решения. Студент точно ответил на контрольные вопросы, свободно ориентируется в предложенном решении, может его модифицировать, при изменении условия задания. Решение оформлено аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.
4	Средний уровень	Практическое задание выполнено в полном объеме. Студент ответил на контрольные вопросы, испытывая небольшие затруднения.
3	Минимальный уровень	Практическое задание в целом выполнено в полном объеме. Студент не может полностью объяснить полученные результаты, путается в решении при изменении условия задания.
2	Минимальный уровень не достигнут	Практическое задание не выполнено. Студент не может объяснить полученные результаты.

Вопросы для устного опроса

по дисциплине «Маркетинг малого предприятия»

Критерии устного ответа:

отлично – отвечает на основные вопросы правильно и четко, отвечает на дополнительные вопросы, ответ полный и развернутый;

хорошо – отвечает на основные вопросы правильно и четко, решает задачи, отвечает на дополнительные вопросы, ответ недостаточно полный и развернутый;

удовлетворительно – отвечает на основные и дополнительные вопросы неуверенно, решает задачи с ошибками, ответ недостаточно полный и развернутый;

неудовлетворительно – не отвечает на поставленные вопросы.

Темы рефератов

по дисциплине «Маркетинг малого предприятия»

Критерии оценки обучающихся:

отлично – выставляется обучающемуся, если он продемонстрировал знание теоретических основ дисциплины и изучаемой темы, самостоятельно и творчески подошел к ответу на поставленный

вопрос;

хорошо – выставляется обучающемуся, если он продемонстрировал знание теоретических основ дисциплины и изучаемой темы;

удовлетворительно – выставляется обучающемуся, если продемонстрировал общее представление о теоретических аспектах изучаемой темы;

неудовлетворительно - выставляется обучающемуся, если он не продемонстрировал общее представление о теоретических аспектах изучаемой темы.