

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

Утверждаю
Директор/Декан Горячих С. П.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.01.02_2018_85273
Актуализировано: 09.04.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг

| | наименование дисциплины |
|--------------------------|---|
| Квалификация выпускника | Бакалавр пр. |
| Направление подготовки | 38.03.01 шифр |
| | Экономика наименование |
| Направленность (профиль) | 3-38.03.01.02 шифр |
| | Финансы и кредит наименование |
| Формы обучения | Заочная, Очная наименование |
| Кафедра-разработчик | Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование |
| Выпускающая кафедра | Кафедра финансов и экономической безопасности (ОРУ) наименование |

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Кислицына Валентина Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

| | |
|-------------------|--|
| Цель дисциплины | <p>Овладение обучающимися теоретико-методологическими основами и практическими навыками в области маркетинговой деятельности организации.</p> <p>Развитие способностей искать, анализировать, принимать взвешенные решения относительно рынков сбыта, продуктов, методов продвижения и ценообразования для успешного функционирования фирмы и удовлетворения потребностей потребителей.</p> |
| Задачи дисциплины | <ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование у студентов представления о теории и практике, ключевых разделах современного маркетинга, инструментах маркетингового комплекса. 2. Сформировать у студентов знания о процессе организации и управления маркетингом на предприятиях различных организационно-правовых форм. 3. Сформировать практические навыки использования маркетинговой концепции в управлении предприятием. 4. Сформировать системно-целостное видение социально-экономической сущности механизмов взаимодействия агентов рынка и маркетингового воздействия на них. |

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

Компетенция ОПК-2

| | | |
|---|--|--|
| способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач | | |
| Знает | Умеет | Владеет |
| <p>основные понятия и современные принципы работы по сбору и анализу деловой информации; цели и задачи корпоративных информационных системах по обработке данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач</p> | <p>применять современные принципы работы по сбору и анализу деловой информации; использовать корпоративные информационные системы по обработке данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач</p> | <p>навыками применения современных принципов работы по сбору и анализу деловой информации; навыками использования корпоративных информационных систем по обработке данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач</p> |

Структура дисциплины
Тематический план

| № п/п | Наименование разделов дисциплины | Шифр формируемых компетенций |
|-------|--|------------------------------|
| 1 | Основные понятия и категории маркетинга | ОПК-2 |
| 2 | Методы маркетинга. Маркетинговые исследования и поведение потребителей | ОПК-2 |
| 3 | Инструменты комплекса маркетинга | ОПК-2 |
| 4 | Подготовка и прохождение промежуточной аттестации | ОПК-2 |

Формы промежуточной аттестации

| | |
|-----------------|--|
| Зачет | 4 семестр (Очная форма обучения) 6 семестр (Заочная форма обучения) |
| Экзамен | Не предусмотрен (Очная форма обучения) Не предусмотрен (Заочная форма обучения) |
| Курсовая работа | Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения) |
| Курсовой проект | Не предусмотрена (Очная форма обучения) Не предусмотрена (Заочная форма обучения) |

Трудоемкость дисциплины

| Форма обучения | Курсы | Семестры | Общий объем (трудоемкость) | | Контактная работа, час | в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час | | | | Самостоятельная работа, час | Курсовая работа (проект), семестр | Зачет, семестр | Экзамен, семестр |
|------------------------|-------|----------|----------------------------|-----|------------------------|--|--------|-----------------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------|------------------|
| | | | Часов | ЗЕТ | | Всего | Лекции | Семинарские, практические занятия | Лабораторные занятия | | | | |
| Очная форма обучения | 2 | 4 | 144 | 4 | 82 | 36 | 18 | 18 | 0 | 62 | | 4 | |
| Заочная форма обучения | 3 | 5, 6 | 144 | 4 | 12.5 | 12 | 4 | 8 | 0 | 131.5 | | 6 | |

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

| Код занятия | Наименование тем занятий | Трудоемкость, академических часов |
|--|---|-----------------------------------|
| Раздел 1 «Основные понятия и категории маркетинга» | | 40.00 |
| Лекции | | |
| Л1.1 | Основные понятия и функции маркетинга | 2.00 |
| Л1.2 | Виды маркетинга в зависимости от спроса. Концепции маркетинга | 2.00 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П1.1 | Функции маркетинга | 2.00 |
| П1.2 | Концепции маркетинга | 2.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С1.1 | Самостоятельная работа студента | 18.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР1.1 | Контактная внеаудиторная работа | 14.00 |
| Раздел 2 «Методы маркетинга. Маркетинговые исследования и поведение потребителей» | | 46.00 |
| Лекции | | |
| Л2.1 | Методы маркетинга: сегментирование рынка, стратегическое планирование, метод матриц | 2.00 |
| Л2.2 | Маркетинговые исследования и поведение потребителей | 2.00 |
| Л2.3 | Маркетинговая среда. Управление маркетингом | 2.00 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П2.1 | Портфельный анализ деятельности предприятия. Позиционирование. | 2.00 |
| П2.2 | Маркетинговые исследования: определение объема выборки, разработка анкеты | 2.00 |
| П2.3 | Разработка бюджета маркетинга | 2.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С2.1 | Самостоятельная работа студента | 20.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР2.1 | Контактная внеаудиторная работа | 14.00 |
| Раздел 3 «Инструменты комплекса маркетинга» | | 54.00 |
| Лекции | | |
| Л3.1 | Товарная политика | 2.00 |
| Л3.2 | Ценовая политика | 2.00 |
| Л3.3 | Сбытовая политика | 2.00 |
| Л3.4 | Политика продвижения | 2.00 |
| Семинары, практические занятия | | |
| П3.1 | Оценка конкурентоспособности товара и ассортиментная политика | 2.00 |
| П3.2 | Этапы и методы ценообразования | 2.00 |
| П3.3 | Выбор оптимального канала сбыта | 2.00 |

| | | |
|---|---------------------------------|---------------|
| ПЗ.4 | Коммуникативная политика | 2.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| СЗ.1 | Самостоятельная работа студента | 20.50 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВРЗ.1 | Контактная внеаудиторная работа | 17.50 |
| Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации» | | 4.00 |
| З4.1 | Подготовка к сдаче зачета | 3.50 |
| КВР4.1 | Сдача зачета | 0.50 |
| ИТОГО | | 144.00 |

Заочная форма обучения

| Код занятия | Наименование тем занятий | Трудоемкость, академических часов |
|--|---|-----------------------------------|
| Раздел 1 «Основные понятия и категории маркетинга» | | 32.00 |
| Лекции | | |
| Л1.1 | Основные понятия и функции маркетинга | 1.00 |
| Л1.2 | Виды маркетинга в зависимости от спроса. Концепции маркетинга | |
| Семинары, практические занятия | | |
| П1.1 | Функции маркетинга | 1.00 |
| П1.2 | Концепции маркетинга | |
| Самостоятельная работа | | |
| С1.1 | Самостоятельная работа студента | 30.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР1.1 | Контактная внеаудиторная работа | |
| Раздел 2 «Методы маркетинга. Маркетинговые исследования и поведение потребителей» | | 40.00 |
| Лекции | | |
| Л2.1 | Методы маркетинга: сегментирование рынка, стратегическое планирование, метод матриц | 1.00 |
| Л2.2 | Маркетинговые исследования и поведение потребителей | |
| Л2.3 | Маркетинговая среда. Управление маркетингом | |
| Семинары, практические занятия | | |
| П2.1 | Портфельный анализ деятельности предприятия. Позиционирование. | 1.00 |
| П2.2 | Маркетинговые исследования: определение объема выборки, разработка анкеты | 1.00 |
| П2.3 | Разработка бюджета маркетинга | 1.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| С2.1 | Самостоятельная работа студента | 36.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВР2.1 | Контактная внеаудиторная работа | |
| Раздел 3 «Инструменты комплекса маркетинга» | | 68.00 |
| Лекции | | |

| | | |
|---|---|---------------|
| ЛЗ.1 | Товарная политика | 1.00 |
| ЛЗ.2 | Ценовая политика | 1.00 |
| ЛЗ.3 | Сбытовая политика | |
| ЛЗ.4 | Политика продвижения | |
| Семинары, практические занятия | | |
| ПЗ.1 | Оценка конкурентоспособности товара и ассортиментная политика | 1.00 |
| ПЗ.2 | Этапы и методы ценообразования | 1.00 |
| ПЗ.3 | Выбор оптимального канала сбыта | 1.00 |
| ПЗ.4 | Коммуникативная политика | 1.00 |
| Самостоятельная работа | | |
| СЗ.1 | Самостоятельная работа студента | 62.00 |
| Контактная внеаудиторная работа | | |
| КВРЗ.1 | Контактная внеаудиторная работа | |
| Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации» | | 4.00 |
| З4.1 | Подготовка к сдаче зачета | 3.50 |
| КВР4.1 | Сдача зачета | 0.50 |
| ИТОГО | | 144.00 |

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

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

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

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

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

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Бижанова, Е. М. Маркетинг : учебное пособие / Е. М. Бижанова. - Пенза : ПГУ, 2019. - 170 с. - ISBN 978-5-907185-39-5 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/162292> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Минько, Э. В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - ISBN 978-5-238-01223-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Ким, Сергей Алексеевич. Маркетинг : учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по спец. "Маркетинг", "Реклама", "Коммерция (торговое дело)" / С. А. Ким. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2010. - 235, [1] с. - ISBN 978-5-394-00624-1 : 143.00 р. - Текст : непосредственный.

4) Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие для бакалавров : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям / под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ, Рос. ассоциация маркетинга. - М. : Юрайт, 2015. - 408 с. - (Библиотека Российской ассоциации маркетинга) (Бакалавр) (Базовый курс). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-2661-3 : 411.73 р. - Текст : непосредственный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Москалев, М. В. Современные концепции и технологии маркетинга: учебное пособие для аспирантов, обучающихся по направлению подготовки 38.06.01 Экономика. Профиль подготовки 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (Маркетинг) : учебное пособие / М.В. Москалев, С.М. Москалев, Т.Г. Виноградова. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 102 с. : ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496890/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Мандыч, И. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. А. Мандыч. - Москва : РТУ МИРЭА, 2020. - 75 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/163841> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

3) Павлова, Нина Николаевна. Маркетинг в практике современной фирмы : учебник для слушателей бизнес-школ и системы повышения квалификации по специальности "Маркетинг" / Н. Н. Павлова. - Москва : Норма, 2012. - 369 с. : ил. - Библиогр.: с. 359-362. - ISBN 978-5-89123-934-0 (В пер.) : 284.91 р. - Текст : непосредственный.

4) Васильев, Геннадий Анатольевич. Рекламный маркетинг : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг" и 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М. : Вузовский учебник, 2010. - 274, [1] с. : ил. - Библиогр.: с. 267-273 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-9558-0068-4 : 142.00 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Тюфякова, Екатерина Сергеевна. Маркетинг : учеб.-метод. пособие по выполнению практических заданий по дисциплине "Маркетинг" для бакалавров и специалистов направлений подготовки 38.03.01 "Экономика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.05 "Бизнес-информатика", 38.05.01 "Экономическая безопасность" всех форм обучения / Е. С. Тюфякова, О. В. Фокина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2019. - 104 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 18.01.2019). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Учебно-наглядное пособие

1) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг товаров и услуг : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 13 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Журавлева, Н. Ю. Маркетинг : учебно-наглядное пособие / Н. Ю. Журавлева, С. А. Кирюшин. - Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2018. - 66 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/144713> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.01.02

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)

- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

| |
|-------------------------------------|
| Перечень используемого оборудования |
| ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN |

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

| № п.п | Наименование ПО | Краткая характеристика назначения ПО |
|-------|--|--|
| 1 | Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» | Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO |
| 2 | Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP | Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами |
| 3 | Office Professional Plus 2016 | Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями |
| 4 | Windows Professional | Операционная система |
| 5 | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | Антивирусное программное обеспечение |
| 6 | Справочная правовая система «Консультант Плюс» | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации |
| 7 | Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик | Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации |
| 8 | Security Essentials (Защитник Windows) | Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов. |
| 9 | МойОфис Стандартный | Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах |

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=85273