

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

Утверждаю  
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации  
РПД\_3-42.03.01.03\_2019\_99650  
Актуализировано: 17.04.2021

**Рабочая программа дисциплины**  
**Маркетинг**

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01 шифр
	Реклама и связи с общественностью наименование
Направленность (профиль)	3-42.03.01.03 шифр
	Интегрированные коммуникации наименование
Формы обучения	Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) наименование

## Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Катаева Наталья Николаевна

---

ФИО

## Цели и задачи дисциплины

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

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

#### Компетенция ОПК-4

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		
Знает	Умеет	Владеет
основы наук об обществе, позволяющие анализировать потребности общества и аудитории	участвовать в исследованиях аудитории	навыками изучения потребностей аудитории

#### Компетенция ОПК-5

Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		
Знает	Умеет	Владеет
основы теории и практики массовой информации, правовых и этических основ сферы коммуникаций	применять в практической деятельности знания о медиакоммуникационных системах правовых и этических норм регулирования в сфере коммуникаций	навыками мониторинга и контент-анализа средств массовой коммуникации

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

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Основные понятия и категории маркетинга	ОПК-4, ОПК-5
2	Методы маркетинга	ОПК-4, ОПК-5
3	Маркетинговые исследования и поведение потребителей	ОПК-4, ОПК-5
4	Комплекс маркетинга	ОПК-4, ОПК-5
5	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	ОПК-4, ОПК-5
6	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ОПК-4, ОПК-5

**Формы промежуточной аттестации**

Зачет	2 семестр (Очная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная 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	1	2	180	5	118	72	36	36	0	62		2	

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
<b>Раздел 1 «Основные понятия и категории маркетинга»</b>		<b>21.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л1.1	Основные понятия и функции маркетинга.	2.00
Л1.2	Виды маркетинга в зависимости от спроса. Эволюция концепций маркетинга	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П1.1	Аналитическая и производственная функции маркетинга.	4.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С1.1	Самостоятельная работа обучающихся	7.50
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	6.00
<b>Раздел 2 «Методы маркетинга»</b>		<b>21.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л2.1	Сегментирование рынка	2.00
Л2.2	Стратегическое планирование	2.00
Л2.3	Метод матриц	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П2.1	Портфельный анализ деятельности предприятия. Позиционирование товара на рынке.	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С2.1	Самостоятельная работа обучающихся	7.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	6.00
<b>Раздел 3 «Маркетинговые исследования и поведение потребителей»</b>		<b>28.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л3.1	Маркетинговые исследования и маркетинговая информационная система	2.00
Л3.2	Маркетинговая среда фирмы	2.00
Л3.3	Поведение потребителей	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П3.1	Определение объема выборки	2.00
П3.2	Разработка анкеты	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С3.1	Самостоятельная работа обучающихся	10.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
<b>Раздел 4 «Комплекс маркетинга»</b>		<b>82.00</b>
<b>Лекции</b>		
Л4.1	Основные понятия товарной политики. Классификация	2.00

	товаров.	
Л4.2	Товарно-марочная и ассортиментная политика	2.00
Л4.3	Новый товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара	2.00
Л4.4	Ценовая политика фирмы	2.00
Л4.5	Сбытовая политика предприятия	2.00
Л4.6	Оптовая и розничная торговля	2.00
Л4.7	Продвижение в маркетинге	2.00
Л4.8	Особенности средств продвижения	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П4.1	Оценка конкурентоспособности товара	2.00
П4.2	Ассортиментная политика фирмы	2.00
П4.3	Этапы и методы ценообразования	2.00
П4.4	Стратегия и тактика ценообразования	4.00
П4.5	Выбор оптимального канала сбыта	2.00
П4.6	Организация товародвижения	2.00
П4.7	Определение бюджета на продвижение	2.00
П4.8	Выбор средств распространения рекламы и оценка эффективности	6.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С4.1	Самостоятельная работа обучающихся	24.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР4.1	Контактная внеаудиторная работа	20.00
<b>Раздел 5 «Организация маркетинговой деятельности на предприятии»</b>		<b>23.50</b>
<b>Лекции</b>		
Л5.1	Организация отдела маркетинга на предприятии	2.00
Л5.2	Управление маркетингом	2.00
<b>Семинары, практические занятия</b>		
П5.1	Определение бюджета маркетинга	2.00
П5.2	Управление маркетингом	2.00
<b>Самостоятельная работа</b>		
С5.1	Самостоятельная работа обучающихся	10.00
<b>Контактная внеаудиторная работа</b>		
КВР5.1	Контактная внеаудиторная работа	5.50
<b>Раздел 6 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b>		<b>4.00</b>
36.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР6.1	Сдача зачета	0.50
<b>ИТОГО</b>		<b>180.00</b>

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](http://www.vyatsu.ru).

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

### **Учебная литература (основная)**

1) Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник / М.Л. Калужский. - Изд. 2-е. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 217 с. - ISBN 978-5-4499-1657-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Липсиц, Игорь Владимирович. Маркетинг-менеджмент : Учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц, С. П. Казаков, Н. Р. Коро, Л. С. Латышова [и др.]. - Москва : Юрайт, 2020. - 379 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01165-4 : 889.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/450381> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

3) 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.

4) Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева, И.А. Названова. - Ростов-на-Дону|Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. - 163 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-3437-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Байдина, Е. А. Основы маркетинга : учебное пособие / Е. А. Байдина. - Пермь : ПНИПУ, 2016. - 148 с. - ISBN 978-5-398-01681-9 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161228> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

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

1) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева, Л.А. Корчагова, А.В. Малыгин. - 3-е изд., перераб. - Москва : Дашков и К°, 2021. - 433 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04185-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Калужский, М. Л. Практический маркетинг : учебник / М.Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2021. - 186 с. : ил. - ISBN 978-5-4499-1656-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Данько, Тамара Петровна. Управление маркетингом : Учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. - 4-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 521 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-01588-1 : 1189.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/450105> (дата обращения: 08.05.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

4) Маркетинг: Сборник заданий. - Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2020. - 59 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/159436> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

5) Инновационный маркетинг : учебник / И.А. Красюк, С.М. Крымов, Г.Г. Иванов, М.В. Кольган. - Москва : Дашков и К°, 2020. - 170 с. : ил., табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03982-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

#### **Учебно-методические издания**

1) Сидорова, С. А. Маркетинг : учебно-методическое пособие / С. А. Сидорова. - Самара : СамГУПС, 2020. - 96 с. - ISBN 978-5-6044457-2-3 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161309> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Ерохин, А. К. Маркетинг : учебно-методическое пособие / А. К. Ерохин. - Владивосток : ВГУЭС, 2019. - 284 с. - ISBN 978-5-9736-0543-8 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161443> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

#### **Периодические издания**

1) Практический маркетинг : инф. для маркетинг. решений. - М. : ООО "Агенство VCI Marketing", 1997 - . - Выходит ежемесячно. - ISSN 2071-3762. - Текст : непосредственный.

#### **Учебно-наглядное пособие**

1) Маркетинг : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 50 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

#### **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=3-42.03.01.03](https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.03.01.03)
- 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](http://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
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
НОУТБУК Acer Aspire 5920G
Проектор Smart V25 к интерактивной доске
ТЕЛЕВИЗОР SUPRA STV-LC42ST660FL00 42" LED С КРЕПЛЕНИЕМ НА СТЕНУ

**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=99650](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=99650)