

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 14:49:36

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac599ac1da1454155621af0ee37e73a19

## МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

### Рабочая программа дисциплины

### Маркетинг

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Профиль подготовки: Экономика и управление организацией

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 2 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 2

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	8	8	8	8
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

Рабочая программа дисциплины Маркетинг / сост. к.э.н., доцент Трубникова В.В.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 ноября 2015 г. № 1327 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 30 ноября 2015 г. № 39906)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинг" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.01 Экономика профиль Экономика и управление организацией

Составитель(и):

к.э.н., доцент Трубникова В.В. \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

© Курский государственный университет, 2017

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
--------------------	------

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности****Знать:**

цели, принципы, функции, объекты, средства и методы маркетинга  
особенности маркетинговой среды, её анализа, этапы маркетинговых исследований

**Уметь:**

применять средства и методы маркетинга в деятельности организации  
анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка, разрабатывать и анализировать стратегии маркетинга

**Владеть:**

умениями и навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности  
навыками прогнозирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	<b>Раздел 1. Методологические основы маркетинга</b>	Раздел			
1.1	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Лек	2	2	0
1.2	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Пр	2	2	1
1.3	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Ср	2	2	0
1.4	Методы измерения степени удовлетворения потребителей	Ср	2	2	0
	<b>Раздел 2. Система маркетинговых исследований</b>	Раздел			
2.1	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Лек	2	2	0
2.2	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Пр	2	2	0
2.3	Разработка и реализация плана исследований	Ср	2	2	0
2.4	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Лек	2	2	2
2.5	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Пр	2	2	0
2.6	Прогнозирование, основанное на методах математической статистики	Ср	2	2	0
2.7	Анализ потребительских рынков и поведения покупателей	Лек	2	2	0
2.8	Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Пр	2	2	2
2.9	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Лек	2	2	0
2.10	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Пр	2	2	0

2.11	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Ср	2	2	0
	<b>Раздел 3. Планирование и организация маркетинга</b>	Раздел			
3.1	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Лек	2	2	0
3.2	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Пр	2	2	0
3.3	Анализ влияния выбранной стратегии на уровень прибыльности и возможности генерировать наличные деньги (PIMS – the Profit Impact of Market Strategy)	Ср	2	4	0
	<b>Раздел 4. Разработка комплекса маркетинга</b>	Раздел			
4.1	Товарная и ценовая политика фирмы	Лек	2	2	2
4.2	Товарная и ценовая политика фирмы	Пр	2	2	0
4.3	Эффекты и способы для продвижения торговых марок на рынке товаров и услуг	Ср	2	2	0
4.4	Коммуникационная и сбытовая политика политика предпринимательской фирмы	Лек	2	2	0
4.5	Коммуникационная и сбытовая политика политика предпринимательской фирмы	Пр	2	2	1
4.6	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	Лек	2	2	0
4.7	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	Пр	2	2	0
4.8	Экономическая и коммуникативная эффективность рекламы	Ср	2	6	0
4.9	Разработка программы маркетингового исследования	Ср	2	8	0
4.10	Подготовка докладов и рефератов по пройденному материалу	Ср	2	6	0
4.11		Зачёт	2	0	0

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

### 5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Годин А. М. - Маркетинг: учебник для бакалавров - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453262">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453262</a>	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. - Маркетинг: учебник для вузов, рек. УМО - Санкт-Петербург: Питер, 2008.		30
Л2.2	Крылова Г. Д., Соколова М. И. - Маркетинг. Практикум: учеб. пособие - Москва: Проспект, 2008.		15

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.3	под ред. Н.Я. Каложной, А.Я. Якобсона - Маркетинг : общий курс: учеб. пособие, рек. УМО - М.: Омега-Л, 2010.		10
Л2.4	Данченко Л. А. - Маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	<a href="http://www.biblio-online.ru/book/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC">http://www.biblio-online.ru/book/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC</a>	1
<b>6.1.3. Методические разработки</b>			
	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Афанасьева Л.А. - Методические вопросы использования маркетинга в коммерческой деятельности: учеб. пособие - Курск: Учитель, 2010.		2
Л3.2	Иванова Л.А. - Учебно-методическое пособие по дисциплине "Функциональный менеджмент: Маркетинг" - Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2013.		1
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>			
Э1	Интернет-версия "КонсультантПлюс"- Режим доступа: <a href="http://base.consultant.ru">http://base.consultant.ru</a>		
Э2	Сайт журнала "Маркетинг в России и за рубежом"- Режим доступа: <a href="http://mavriz.ru">http:// mavriz. ru</a>		
Э3	Энциклопедия маркетинга- Режим доступа: <a href="http://www.marketing.spb.ru">www. marketing.spb.ru</a>		
Э4	Журнал "Маркетинговые коммуникации"- Режим доступа: <a href="http://www.grebennikoff.ru/journal/marketing/">http://www.grebennikoff.ru/journal/marketing/</a>		
Э5	Журнал "Директор по продажам"- Режим доступа: <a href="http://mega-press.ru/item.2480.html">mega-press.ru ›item.2480.html</a>		
Э6	Журнал "Новый маркетинг"- Режим доступа: <a href="http://new-marketing.ru">http://new-marketing.ru</a>		
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>			
7.3.1.1	Для ауд.518:		
7.3.1.2	Microsoft Windows XP Professional Проприетарное программное обеспечение.Open License: 47818817		
7.3.1.3	Microsoft Office 2003 Suites Проприетарное программное обеспечение.Open License: 41902857		
7.3.1.4	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение		
7.3.1.5	Google Chrome Свободная лицензия BSD		
7.3.1.6	7-Zip Свободная лицензия GNU GPL		
7.3.1.7	Для ауд.303:		
7.3.1.8	Microsoft Windows 8 Договор №0344100007512000081 от 12 декабря 2012 года		
7.3.1.9	Microsoft Office Professional Plus 2007 Проприетарное программное обеспечение.Open License: 43219389		
7.3.1.10	7-Zip Свободная лицензия GNU GPL		
7.3.1.11	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение		
7.3.1.12	Google Chrome Свободная лицензия BSD		
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>			
7.3.2.1	- Электронная библиотечная система «Научная библиотека КГУ» <a href="http://www.lib.kursksu.ru/">http://www.lib.kursksu.ru/</a>		
7.3.2.2	- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» <a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>		
7.3.2.3	- Электронно-библиотечная система IPRBooks <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>		
7.3.2.4	- Электронная библиотека Юрайт <a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>		
7.3.2.5	- Научная электронная библиотека <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>		

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Лекции и практические занятия:
7.2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. № 29, 518 оснащена: Стол ученический двухместный – 34 шт., Стул ученический – 70 шт., Трибуна – 2 шт., Доска аудиторная – 1 шт., Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристал №9 персик 5 этаж каб. №518 – 2 шт., Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 (DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1– 1 шт., Мобильный ПК EMACHINE SE510 – 1 шт.
7.3	Самостоятельная работа:
7.4	Аудитория для самостоятельной работы студентов, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. № 29, 303 оснащена: Комплекты столов и стульев – 55 шт., Моноблок (ASUS ET2220I) с доступом к сети Интернет – 28 шт.

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимся на кафедре. Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Для текущего контроля знаний в течение учебного семестра предполагается проведение контрольных точек, включающих тестирование по пройденным темам и выполнение практических заданий по пройденному материалу. Применение контрольных точек в качестве формы текущего контроля знаний студентов способствует систематизированию изучаемого материала и формированию у студентов к моменту итогового контроля целостного комплекса теоретических знаний и практических навыков.

Итоговая форма контроля - зачет.