

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9ac0a145f4155621a10ee37e73a19

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: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 6 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

экзамен(ы) 4

зачет(ы) 3

курсовая работа 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Неделя	18		18			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18	36	36
Практические	36	36	36	36	72	72
В том числе инт.	12	12	12	12	24	24
Итого ауд.	54	54	54	54	108	108
Контактная работа	54	54	54	54	108	108
Сам. работа	18	18	54	54	72	72
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	72	72	144	144	216	216

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 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинг" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

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

Уметь:

применять средства и методы маркетинга в деятельности организации

Владеть:

методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей

ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности**Знать:**

методы анализа маркетинговой среды

Уметь:

анализировать маркетинговую среду организации

Владеть:

навыками разработки маркетинговой стратегии

ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли**Знать:**

особенности маркетинговой среды, её анализа, этапы маркетинговых исследований

Уметь:

анализировать конъюнктуру рынка, разрабатывать и стратегии маркетинга

Владеть:

навыками анализа поведения потребителей

ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
Знать:
сущность рыночных специфических рисков в маркетинговой деятельности
Уметь:
выявлять риски в маркетинговой среде
Владеть:
умениями и навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Методологические основы маркетинга	Раздел			
1.1	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Лек	3	4	2
1.2	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Пр	3	6	2
1.3	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Ср	3	4	0
1.4	Методы измерения степени удовлетворения потребителей	Ср	3	6	0
	Раздел 2. Система маркетинговых исследований	Раздел			
2.1	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Лек	3	4	2
2.2	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Пр	3	8	2
2.3	Разработка и реализация плана исследований	Ср	3	4	0
2.4	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Лек	3	4	2
2.5	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Пр	3	8	0
2.6	Прогнозирование, основанное на методах математической статистики	Ср	3	4	0
2.7	Анализ потребительских рынков и поведения покупателей	Лек	3	4	0
2.8	Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Пр	3	6	2
2.9	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Лек	3	2	0
2.10	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Пр	3	8	0
2.11	Исследование конкурентоспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности	Ср	4	6	0
2.12	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Лек	4	2	2
2.13	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Пр	4	6	2
2.14	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Ср	4	6	0
	Раздел 3. Планирование и организация маркетинга	Раздел			

3.1	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Лек	4	4	0
3.2	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Пр	4	6	0
3.3	Анализ влияния выбранной стратегии на уровень прибыльности и возможности генерировать наличные деньги (PIMS – the Profit Impact of Market Strategy)	Ср	4	6	0
	Раздел 4. Разработка комплекса маркетинга	Раздел			
4.1	Товарная политика фирмы. Ценовая политика фирмы	Лек	4	2	2
4.2	Товарная политика фирмы. Ценовая политика фирмы	Пр	4	6	2
4.3	Эффекты и способы для продвижения торговых марок на рынке товаров и услуг	Ср	4	6	0
4.4	Ценовая политика фирмы	Лек	4	2	0
4.5	Ценовая политика фирмы	Пр	4	6	0
4.6	Коммуникационная политика предпринимательской фирмы	Лек	4	2	2
4.7	Коммуникационная политика предпринимательской фирмы	Пр	4	6	2
4.8	Сбытовая политика фирмы	Лек	4	2	0
4.9	Сбытовая политика фирмы	Пр	4	2	0
4.10	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	Лек	4	4	0
4.11	Организация маркетинговой деятельности на предприятии	Пр	4	4	0
4.12	Экономическая и коммуникативная эффективность рекламы	Ср	4	6	0
4.13	Разработка программы маркетингового исследования	Ср	4	8	0
4.14	Подготовка докладов и рефератов по пройденному материалу	Ср	4	6	0
4.15	Деловая игра "Проведение маркетингового исследования товара"	Ср	4	4	0
4.16	Работа с методическими материалами и научными труда ППС кафедры	Ср	4	6	0
4.17	Экзамен	Экзамен	4	36	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложением к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 14 от 18.04.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложением к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 14 от 18.04.2017г.)

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.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
--	----------	-----------	------

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Данченко Л. А. - Маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC	1
Л2.2	Кузьмина Е. Е. - Маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/8A23049A-F2D5-41EF-A002-54F10F4A564B	1
Л2.3	Григорьев М. Н. - Маркетинг: Учебник - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4	1

6.1.3. Методические разработки

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Трубникова В. В., Пугач С. П. - Маркетинг: учеб. пособие - Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2013.		1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Интернет-версия "КонсультантПлюс"
Э2	Сайт журнала "Маркетинг в России и за рубежом"
Э3	Энциклопедия маркетинга
Э4	Журнал "Маркетинговые коммуникации"
Э5	Журнал "Директор по продажам"
Э6	Журнал "Новый маркетинг"

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 521:Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;Microsoft Office 2003 Suites Open License:41902857;Google Chrome Свободная лицензия BSD;7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.
7.3.1.2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 523: Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;Microsoft Office 2003 Suites Open License:41902857;Google Chrome Свободная лицензия BSD;7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.
7.3.1.3	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303:Microsoft Windows 8 Договор №0344100007512000081 от 12 декабря 2012 года; Microsoft Office Professional Plus 2007 Open License: 43219389;7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение;Google Chrome Свободная лицензия BSD.
7.3.1.4	
7.3.1.5	

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	СПС Консультант плюс
7.3.2.2	Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/
7.3.2.3	Университетская библиотека ONLINE http://biblioclub.ru/
7.3.2.4	Электронно-библиотечная система IPRbook http://www.iprbookshop.ru/
7.3.2.5	Электронно-библиотечная система Юрайт https://biblio-online.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 521. Стол ученический двухместный – 27 шт. Стул ученический – 50 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Трибуна настольная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристалл №9 персик 5 этаж каб. №521 – 2 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
-----	--

7.2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 523. Стол ученический двухместный – 12 шт. Стул ученический – 26 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристал № 9 персик 5 этаж каб. №523 – 1 шт. Настольная трибуна – 1 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.3	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.
7.4	Комплект мультимедийных презентаций по отдельным разделам/темам дисциплины: "Понятие и сущность маркетинговой деятельности".
7.5	

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 - экзамен