

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 14:29:22

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac599ac1da1454155621a10ee37e73a19

## 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: Бухгалтерский учет и контроль

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 Бухгалтерский учет и контроль

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	1	0
1.2	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Пр	2	1	1
1.3	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Ср	2	2	0
1.4	Методы измерения степени удовлетворения потребителей	Лек	2	1	0
1.5	Методы измерения степени удовлетворения потребителей	Пр	2	1	0
1.6	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 политика фирмы. Ценовая политика фирмы	Лек	2	2	2
4.2	Товарная политика фирмы. 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 политика предпринимательской фирмы	Лек	2	2	0
4.5	Коммуникационная политика предпринимательской фирмы	Пр	2	2	1
4.6	Сбытовая политика фирмы	Лек	2	2	0
4.7	Сбытовая политика фирмы	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	Экзамен	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	Григорьев М. Н. - Маркетинг: Учебник - М.: Издательство Юрайт, 2017.	<a href="http://www.biblio-online.ru/book/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4">http://www.biblio-online.ru/book/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4</a>	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	под ред. Н.Я. Каложновой, А.Я. Якобсона - Маркетинг : общий курс: учеб. пособие, рек. УМО - М.: Омега-Л, 2010.		10

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.2	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
Л2.3	Крылова Г. Д., Соколова М. И. - Маркетинг. Практикум: учеб. пособие - Москва: Проспект, 2008.		15
Л2.4	Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. - Маркетинг: учебник для вузов, рек. УМО - Санкт-Петербург: Питер, 2008.		30

### 6.1.3. Методические разработки

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Иванова Л.А. - Учебно-методическое пособие по дисциплине "Функциональный менеджмент: Маркетинг" - Курск: Изд-во Курск. гос. ун-та, 2013.		1
Л3.2	Афанасьева Л.А. - Методические вопросы использования маркетинга в коммерческой деятельности: учеб. пособие - Курск: Учитель, 2010.		2

### 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	Microsoft Windows XP (Open License: 47818817)
7.3.1.2	Microsoft Office 2003 Suites Open (Open License: 41902857)
7.3.1.3	Google Chrome Свободная лицензия BSD
7.3.1.4	7-Zip (Свободная лицензия GNU LGPL)
7.3.1.5	Microsoft Windows 8 Договор №0344100007512000081 от 12 декабря 2012 года
7.3.1.6	Microsoft Office Professional Plus 2007 (Open License: 43219389)

### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

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	- Электронно-библиотечная система IPRBooks <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> ;
7.3.2.3	- Электронная библиотека Юрайт <a href="http://www.biblio-online.ru/">http://www.biblio-online.ru/</a>
7.3.2.4	- Научная электронная библиотека <a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a> ;

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

7.1	Аудитория 518 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 29). Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.
7.2	Оснащена:
7.3	- переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 (DLP. 2500Lm.XGA).3500 – 1шт.
7.4	- мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.5	- стол ученический двухместный – 34 шт.
7.6	- стул ученический – 70 шт.
7.7	- трибуна – 1 шт.
7.8	- доска аудиторная – 1 шт.
7.9	Аудитория 303 (305000, г. Курск, ул. Радищева, 29) - помещение для самостоятельной работы обучающихся.
7.10	Оснащена:
7.11	- комплекты столов и стульев (55 шт.),
7.12	- 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, имеющимися на кафедре. Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в

восприятию 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.