

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.Б.09 Маркетинг

---

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

---

Направленность (профиль)

38.03.06.01 Коммерция

---

Форма обучения

очная

---

Год набора

2019

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили \_\_\_\_\_

д.э.н., профессор, Щербенко Е.В.; ст. преподаватель, Веремеенко О.С.

должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель курса “Маркетинг” - формирование основ знания ведения маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов в рыночной экономике. Взгляд на маркетинг как на важнейшее звено хозяйственной деятельности предприятия обеспечить, с одной стороны, гибкую реакцию процесса производства и реализации товаров требованиям рынка, а с другой - активную деятельность на рынке, проведения комплекса мероприятий по его освоению, созданию устойчивого спроса на продукцию.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

Основные задачи курса:

- представление студентам эволюции и современной теории маркетинга, формирование умений ее практического использования;
- формирование навыков аналитического обеспечения решения маркетинговых проблем;
- изучение принципов, функций, категорий маркетинга, которые помогают обеспечить конкурентные преимущества функционирующих бизнес-субъектов;
- рассмотрение основ маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов, через познание основных инструментов маркетинга: товар, цена, методы распространения и продвижения товаров.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</b>	
ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	<ul style="list-style-type: none"><li>- элементы системы ФОССТИС предприятия</li><li>- обосновать принципы сегментации и критерии выбора целевого сегмента предприятия</li><li>- методами анализа рыночных возможностей предприятия и стратегиями охвата его рынков</li></ul>
<b>ДПК-5: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности</b>	

ДПК-5: готовностью участвовать в реализации проектов в области	- функции маркетинга на предприятии - структуру процесса управления маркетингом на предприятии
профессиональной деятельности	- разрабатывать элементы комплекса маркетинга предприятия - навыками разработки вспомогательных систем маркетинговой деятельности предприятия
<b>ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</b>	
<b>ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</b>	
<b>ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</b>	
ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	- информационно-аналитическую роль и значимость маркетинговой деятельности предприятия - разрабатывать систему маркетинговой информации предприятия - навыками обобщения и оценки информации маркетинговой среды предприятия

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Сем естр	
		1	2
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>2,5 (90)</b>		
занятия лекционного типа	1,5 (54)		
лабораторные работы	1 (36)		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2,5 (90)</b>		
курсовое проектирование (КП)	Нет		
курсовая работа (КР)	Да		
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт) (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>		

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1. Раздел 1. Введение в маркетинг. Современная концепция маркетинга</b>									
	1. Введение в маркетинг	4							
	2. Введение в маркетинг			2					
	3. Введение в маркетинг							2	
	4. Функции маркетинга	4							
	5. Функции маркетинга			2					
	6. Функции маркетинга							2	
<b>2. Раздел 2. Организация и управл. маркетингом на предприятии</b>									
	1. Процесс управления маркетингом	6							
	2. Процесс управления маркетингом			2					
	3. Процесс управления маркетингом							2	
	4. Организационные структуры управления маркетингом	4							
	5. Организационные структуры управления маркетингом			2					

6. Организационные структуры управления маркетингом							3	
7. Планирование, контроль, финансы в маркетинге	6							
8. Планирование, контроль, финансы в маркетинге			2					
9. Планирование, контроль, финансы в маркетинге							3	
<b>3. Раздел 3. Система маркетинговых исследований</b>								
1. Маркетинговая информация и исследования, маркетинговая среда и её структура	6							
2. Маркетинговая информация и исследования, маркетинговая среда и её структура			2					
3. Маркетинговая информация и исследования, маркетинговая среда и её структура							3	
<b>4. Раздел 4. Комплекс маркетинга</b>								
1. Товар в системе маркетингового комплекса	6							
2. Товар в системе маркетингового комплекса			6					
3. Товар в системе маркетингового комплекса							3	
4. Цены и ценообразование в маркетинге	6							
5. Цены и ценообразование в маркетинге			6					
6. Цены и ценообразование в маркетинге							24	
7. Распространение товаров. Сбыт в системе маркетинга	6							
8. Распространение товаров. Сбыт в системе маркетинга			6					
9. Распространение товаров. Сбыт в системе маркетинга							24	
10. Маркетинговые коммуникации	6							
11. Маркетинговые коммуникации			6					
12. Маркетинговые коммуникации							24	
13.								

Bcero	54		36				90	
-------	----	--	----	--	--	--	----	--



## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент(Москва: Питер).
2. Парамонова Т. Н. Маркетинг: учебник для вузов по направлению подготовки "Коммерция" и специальностям "Коммерция (торговое дело)", "Маркетинг", "Реклама"(Москва: КНОРУС).
3. Годин А. М. Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело"(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
4. Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. Маркетинг: Учебник (Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Нуралиев С. У., Нуралиева Д. С. Маркетинг: учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" (квалификация "бакалавр")(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
6. Алексунин В.А. Маркетинг: Рекомендовано Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по группе специальностей "Экономика и управление"(Москва: Дашков и К).

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. В учебном процессе по данной дисциплине используется MS Office, Internet Explorer.
2. Лицензионное программное обеспечение:
3. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
4. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
5. ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
6. Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462-170522-081649-547-546 от 22.05.2017.

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:

2. Российские электронные научные журналы и базы данных
3. ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам:  
<http://window.edu.ru/>
4. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>
5. Университетская библиотека онлайн: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
6. ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>
7. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)
8. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znanium.com>
9. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
10. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»»: <http://rucont.ru>
11. Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>
12. Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
13. Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>
14. Biological & Agricultural Index Plus:  
<http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>
15. Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>
16. EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>
17. Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>
18. Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>
19. E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>
20. Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>
21. Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>
22. Scopus: <http://www.scopus.com>
23. Web of Science: <http://isiknowledge.com>
24. Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>
25. Локальные базы данных
26. Электронный каталог НБ СФУ;
27. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
28. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
29. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
30. [www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) - Деловая пресса. Электронные газеты
31. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
32. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - «Консультант Плюс»
33. [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru) – Развитие бизнеса.Ру
34. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба государственной статистики

35. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг
36. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
37. [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
38. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Реклама, маркетинг, PR
- 39.
40. На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).