

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

Б1.Б.21 Маркетинг

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.07 ТОВАРОВЕДЕНИЕ

Направленность (профиль)

38.03.07.05 Экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле

Форма обучения

очная

Год набора

2019

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

ст.преподаватель, Веремеенко О.С.

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины является:
формирование основ знания ведения маркетинговой деятельности хозяйствующих субъектов в различных сферах экономики.

1.2 Задачи изучения дисциплины

К задачам изучения дисциплины относятся:

1. представление современной теории маркетинга, формирование умений ее практического использования;
2. развитие способностей анализа и управления спросом на товары предприятия;
3. формирование навыков аналитического обеспечения решения проблем оптимизации ассортимента и стимулирования сбыта 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
ОПК-4: способность использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач	
ОПК-4: способность использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач	основные положения социальных, гуманитарных, экономических наук применять полученные знания по результатам изучения социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач методами социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач
ПК-1: умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства	

<p>ПК-1: умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критерии выбора коммерческих предложений и оценки поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; <p>уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять закупки и реализацию сырья и потребительских товаров; - осуществлять связь с поставщиками и потребителями; - составлять и анализировать договоры купли-продажи (контракты) потребительских товаров; <p>владеть:</p>
	<p>- технологией организации торгово-закупочной деятельности в масштабах отдельного торгового предприятия.</p>
<p>ПК-10: способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости</p>	
<p>ПК-10: способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости</p>	<p>ценообразующие характеристики товаров анализировать потребительские свойства товаров на основе ценообразующих характеристик методами оценки рыночной стоимости товара</p>
<p>ПК-5: способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств</p>	
<p>ПК-5: способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы товарного менеджмента в организации товароведной и коммерческой деятельности; - принципы формирования ассортимента и управления товарными потоками на всех этапах товародвижения <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации товаров; - осуществлять товарный менеджмент при закупке и реализации сырья и товаров и осуществлять продвижение товаров; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами продвижения товаров.
<p>ПК-7: умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента</p>	

ПК-7: умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по	знать: - методы изучения и анализа потребительского рынка товаров, формирования
стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	спроса и стимулирования сбыта; уметь: - изучать и анализировать спрос и разрабатывать предложения по оптимизации торгового ассортимента; владеть: - методами анализа спроса и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии.

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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,39 (50)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
практические занятия	0,89 (32)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,61 (58)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Контактная работа, ак. час.							
		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		
1. 1.Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства									
	1. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства	2							
	2. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства			6					
	3. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства							8	
2. 2.Процесс управления маркетингом									
	1. Процесс управления маркетингом			4					
	2. Процесс управления маркетингом							8	
3. 3.Товар в системе маркетинга									
	1. Товар в системе маркетинга.	4							
	2. Товар в системе маркетинга.			6					
	3. Товар в системе маркетинга.							8	
4. 4.Ценовая политика. Виды ценовых решений в маркетинге									

1. Ценовая политика. Виды ценовых решений в маркетинге	2							
2. Ценовая политика. Виды ценовых решений в маркетинге			2					
3. Ценовая политика. Виды ценовых решений в маркетинге							6	
5. 5.Сбытовая политика. Виды и выбор каналов распределения								
1. Сбытовая политика. Виды и выбор каналов распределения	2							
2. Сбытовая политика. Виды и выбор каналов распределения			2					
3. Сбытовая политика. Виды и выбор каналов распределения							8	
6. 6.Система ФОССТИС и формы активного продвижения товара								
1. Система ФОССТИС и формы активного продвижения товара	2							
2. Система ФОССТИС и формы активного продвижения товара			2					
3. Система ФОССТИС и формы активного продвижения товара							4	
7. 7.Виды и назначение маркетинговых исследований Комплексное исследование товарного рынка								
1. Виды и назначение маркетинговых исследований Комплексное исследование товарного рынка	2							
2. Виды и назначение маркетинговых исследований Комплексное исследование товарного рынка			2					
3. Виды и назначение маркетинговых исследований Комплексное исследование товарного рынка							4	
8. 8.Сегментация рынка. Выбор целевого рынка								

1. Сегментация рынка. Выбор целевого рынка.	2							
2. Сегментация рынка. Выбор целевого рынка.			4					
3. Сегментация рынка. Выбор целевого рынка.							4	
9. 9.Маркетинговый анализ потребителей. Теория потребительского поведения								
1. Маркетинговый анализ потребителей. Теория потребительского поведения.	2							
2. Маркетинговый анализ потребителей. Теория потребительского поведения.			2					
3. Маркетинговый анализ потребителей. Теория потребительского поведения.							4	
10. 10.Анализ конкурентов в маркетинговых исследованиях								
1. Анализ конкурентов в маркетинговых исследованиях			2					
2. Анализ конкурентов в маркетинговых исследованиях							4	
11. Контроль								
1.								
Всего	18		32				58	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Герасимов Б. И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие(Москва: Форум).
2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент(Москва: Питер).
3. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров по экономическим направлениям и специальностям(Москва: Юрайт).
4. Парамонова Т. Н. Маркетинг: учебник для вузов по направлению подготовки "Коммерция" и специальностям "Коммерция (торговое дело)", "Маркетинг", "Реклама"(Москва: КНОРУС).
5. Все о маркетинге: Сб. материалов для руководителей предприятий, эконом. и коммерч. служб(М.: Х.Г.С.).
6. Басовский Л. Е., Басовская Е. Н. Маркетинг: учеб. пособие(Москва: ИНФРА-М).
7. Суслов Д. Н. Внешнеторговый маркетинг: учеб.-метод. пособие [для студентов напр. 080100.68.00.05 «Международная экономика и торговая политика»](Красноярск: СФУ).
8. Шемятихина Л. Ю., Лагутина Е. Е. Маркетинг для бакалавров менеджмента и экономики: учебное пособие для вузов по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (квалификация бакалавр)(Ростов-на-Дону: Феникс).
9. Куимов В. В., Сусллова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Панкова Л. В. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография(Красноярск: СФУ).
10. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования: учебник(Москва: Магистр).
11. Лебедева О.А., Лыгина Н.И. Маркетинговые исследования рынка: учебник(Москва: ИД Форум).
12. Скворцова Н. А. Маркетинговая деятельность предприятия, как современная сфера бизнеса: учебное пособие(Москва: Директ-Медиа).
13. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ: учебное пособие(Москва: ИНФРА-М).
14. Калужский М. Л. Практический маркетинг: учебное пособие(Москва: Вузовский учебник).
15. Карпова Н. В. Маркетинг: учебное пособие(Старый Оскол: ТНТ).
16. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга: учебник(Москва: НИЦ ИНФРА-М).
17. Алешина О. Г., Веремеенко О. С., Сусллова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Юшкова Л. В. Маркетинг: учебное пособие(Красноярск: СФУ).

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. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

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

1. Электронные каталоги библиотек г. Красноярск
2. СФУ. БД "Книги"
3. СФУ. БД "Естественные и гуманитарные науки"
4. СФУ. БД "Учебно-методический комплекс дисциплин"
5. БД "Электронная библиотека для школ на базе СФУ"
6. Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края
7. Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН
8. Электронный каталог Библиотеки института физики им. Л.В. Киренского СО РАН
9. Электронный каталог Библиотеки института биофизики СО РАН
10. Электронный каталог Библиотеки института вычислительного моделирования СО РАН
11. Электронный каталог Библиотеки Института леса СО РАН
12. Электронный каталог Библиотеки института химии и химических технологий СО РАН
13. Электронный каталог Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева
14. Электронный каталог Научной библиотеки Сибирского государственного технологического университета.
- 15.
16. Российские электронные научные журналы и базы данных online
17. ИАС «Статистика»: <http://www.ias-stat.ru>
18. Государственный архив Красноярского края (ГАКК): <http://красноярские-архивы.РФ> [до 31/12/2013]

19. Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru> [до 2023]
20. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ): <http://uisrussia.msu>.
21. Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru> (доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)
22. Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <http://www.znanium.com>
23. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопонт»»: <http://rucont.ru>
24. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook>.
25. Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
26. American Chemical Society (США): <http://pubs.acs.org>
27. American Physical Society: <http://publish.aps.org>
28. American Society of Mechanical Engineers <http://asmedigitalcollection.asme.org> [Тестовый доступ]
29. Annual Reviews Science Collection: <http://www.annualreviews.org> [постоянный]
30. Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org> [постоянный]
31. EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>
32. Elsevier: <http://www.sciencedirect.com>
33. Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>
34. Institute of Physics: <http://www.iop.org> [постоянный]
35. Nature: <http://www.nature.com>
36. Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>
37. Oxford Russia Fund eContent library: <http://lib.myilibrary.com>
38. Sage: <http://online.sagepub.com> [постоянный] п
39. Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>
40. Science и Science Translational Medicine: <http://www.sciencemag.org> по
41. Scopus: <http://www.scopus.com>
42. Springer: <http://www.springerlink.com>
43. Taylor&Francis: <http://www.tandfonline.com>
44. Web of Science: <http://isiknowledge.com>
45. Wiley (Blackwell): <http://www.blackwell-synergy.com>
46. arXiv: <http://arxiv.org> [Свободный доступ]
47. DOAJ: <http://www.doaj.org> [Свободный доступ]
48. DRF (JAIRO): <http://drf.lib.hokudai.ac.jp> [Свободный доступ]
49. Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>
50. MEMS Journal: <http://www.memsjournal.com> [Свободный доступ]

51. Royal Society of Chemistry (журналы открытого доступа):
<http://www.rsc.org>
52. Scirus: <http://www.scirus.com> [Информационно-поисковые системы]

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)

Персональные ЭВМ, объединенные в локальную вычислительную сеть.
Проекционное оборудование.

Дисциплина частично адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.