

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

Б1.В.ДВ.03.02 товарный маркетинг

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

43.03.01 Сервис

Направленность (профиль)

43.03.01.31 Сервис в торговле

Форма обучения

заочная

Год набора

2021

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

ст. преподаватель, Веремеенко Ольга Сергеевна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель дисциплины - формирование теоретических и методических основ реализации товарного маркетинга предприятия, как эффективного инструмента достижения тактических и стратегических целей предприятия торговли.

1.2 Задачи изучения дисциплины

1. Ознакомить студентов с методическими аспектами формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии;
2. Обучить процессу формирования и управления товарным ассортиментом предприятия;
3. Ознакомить студентов с аспектами реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ;
4. Обучить методам оценки качества и конкурентоспособности товаров;
5. Сформировать навык работы с товарным портфелем предприятия.

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
ПК-10: Способен использовать современные технологии в области маркетинга и маркетинговых исследований	
ПК-10.1: способен использовать современные технологии сбора информации в области маркетинговой деятельности предприятий и организаций сферы торговли и сервиса	Современные технологии сбора информации в области товарного маркетинга Использовать современные технологии сбора информации в области товарного маркетинга Навыками сбора информации в области товарного маркетинга с использованием современных технологий
ПК-11: Способен проводить исследования конкурентной среды в торговле и сервисе	
ПК-11.1: способен применять методы исследования конкурентной среды предприятия сферы торговли и сервиса	Методы исследования конкурентной среды для формирования товарного портфеля предприятия Применять методы исследования конкурентной среды для формирования товарного портфеля предприятия Навыками проведения исследования конкурентной среды для формирования товарного портфеля предприятия

ПК-11.2: способен использовать результаты исследования конкурентной среды при разработке	Стратегии маркетинга по работе с товаром Проводить исследования конкурентной среды Навыками использования результатов исследования конкурентной среды при разработке маркетинговой
стратегии предприятия сферы торговли и сервиса	стратегии по работе с товаром
ПК-4: Способен осуществлять выбор организационных решений для формирования конкурентных преимуществ организаций торговли и сервиса	
ПК-4.1: способен разрабатывать мероприятия, направленные на формирование конкурентных преимуществ организаций торговли и сервиса	Конкурентные преимущества организаций торговли и сервиса в области товарного маркетинга Разрабатывать мероприятия в области товарного маркетинга на основе конкурентных преимуществ предприятия Навыками разработки мероприятий в области товарного маркетинга на основе конкурентных преимуществ 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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,22 (8)	
занятия лекционного типа	0,11 (4)	
лабораторные работы	0,11 (4)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,67 (60)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Зачёт)	0,11 (4)	

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
1.									
	1. Методические аспекты формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии	1							
	2. Методические аспекты формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии								
	3. Методические аспекты формирования и реализации товарного маркетинга на предприятии							12	
2.									
	1. Процесс формирования и управления товарным ассортиментом предприятия	1							
	2. Процесс формирования и управления товарным ассортиментом предприятия					1			
	3. Процесс формирования и управления товарным ассортиментом предприятия							12	
3.									

1. Аспекты реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ	1							
2. Аспекты реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ					1			
3. Аспекты реализации товарного маркетинга на основе концепции ЖЦТ							12	
4.								
1. Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг	1							
2. Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг					1			
3. Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг							12	
5.								
1. Товарный портфель предприятия								
2. Товарный портфель предприятия					1			
3. Товарный портфель предприятия							12	
Всего	4				4		60	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Парамонова Т. Н. Маркетинг торгового предприятия(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
2. Халевинская Е. Д. Торговая политика: Учебное пособие(Москва: Издательство "Магистр").
3. Фирсенко С. С., Щербенко Е. В. Товарная политика предприятия: учеб. пособие для студентов экон. специальностей всех форм обучения (Красноярск: КГТЭИ).
4. Фирсенко С. С., Щербенко Е. В. Товарная политика предприятия: учеб. пособие для вузов по специальностям 080301.65 "Коммерция (торговое дело)", 080111.65 "Маркетинг"(Красноярск: КГТЭИ).
5. Щербенко Е. В., Сулова Ю. Ю., Веремеенко О. С. Товарная политика в маркетинге: учеб.-метод. пособие для самостоят. работы [для студентов напр. 080200.62 «Менеджмент»](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) Лицензиат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицензиат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицензиат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

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
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.znaniyum.com>
9. Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>
10. Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопонт»»: <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 – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
30. www.budgetrf.ru – Бюджетная система РФ
31. www.businesspress.ru - Деловая пресса. Электронные газеты
32. <http://www.cfin.ru/> - Корпоративный менеджмент
33. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
34. www.consultant.ru - «Консультант Плюс»
35. www.devbusiness.ru – Развитие бизнеса.Ру
36. www.garant.ru - Система Гарант
37. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
38. www.rbc.ru – РосБизнесКонсалтинг
39. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
40. www.russianmarket.ru – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
41. www.sostav.ru – Реклама, маркетинг, PR

42. 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).