

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра транспортных и  
технологических машин  
(ТиТМ\_ФТ)**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра транспортных и  
технологических машин  
(ТиТМ\_ФТ)**

наименование кафедры

**Авдеев Р.М.**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В  
ОТРАСЛИ**

Дисциплина Б1.В.01 Основы маркетинга в отрасли

Направление подготовки /  
специальность 23.03.02 Наземные транспортно-  
технологические комплексы

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2021

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

230000 «ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ НАЗЕМНОГО ТРАНСПОРТА»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 23.03.02 Наземные транспортно-технологические комплексы

Программу к.т.н., Доцент, Авдеев Р.М.  
составили

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины**

### **1.1 Цель преподавания дисциплины**

Целью преподавания дисциплины является сосредоточение знаний будущих молодых специалистов в сфере современных коммуникационных систем вокруг проблем, обеспечивающих эффективное доведение произведенного продукта (услуги) до конечного потребителя. Особенностью изучаемого материала является специфика маркетинговых мероприятий по организации понятной и достоверной коммерческой информации для успешной продажи товаров и услуг.

### **1.2 Задачи изучения дисциплины**

Задачами изучения дисциплины является обеспечение необходимого уровня подготовленности студентов в соответствии с требованиями ГОС ВПО, овладеть необходимыми профессиональными компетенциями: способен ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом особенностей рыночной экономики, самостоятельно вести поиск работы на рынке труда; владеет методами экономической оценки научных исследований, интеллектуального труда; способен к работе в многонациональном коллективе, в том числе и над междисциплинарными, инновационными проектами, способен в качестве руководителя подразделения, лидера группы сотрудников формировать цели команды, принимать решения в ситуациях риска, учитывая цену ошибки, вести обучение и оказывать помощь сотрудникам; способен определять способы достижения целей проекта, выявлять приоритеты решения задач при производстве, модернизации и ремонте наземных транспортно-технологических средств, их технологического оборудования и комплексов на их базе.

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

<b>УК-10:Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</b>
<b>УК-10.1:Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</b>
<b>УК-10.2:Понимает основные экономические аспекты предприятий по производству, обслуживанию и реализации техники и методы управленческих решений, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность деятельности предприятий</b>
<b>ПК-2:Способен проводить сводный анализ эффективности использования в строительном производстве строительных машин и механизмов</b>
<b>ПК-2.1:Владеет методами повышения эффективности использования</b>

**строительных машин и механизмов**

**ПК-2.2:Способен определять и разрабатывать средства и методы повышения эффективности использования строительных машин и механизмов**

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Основы маркетинга в отрасли

Основы инновационного проектирования

Методология творчества и решения изобретательских задач

Теория и практика эффективного речевого общения

Основы проектирования и детали машин

Правоведение

Безопасность жизнедеятельности

Испытания наземных транспортных и технологических машин и оборудования

Технические основы создания наземных транспортно-технологических машин

Экономика и организация производства техники

1.5 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)	Семестр
		4
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4 (144)</b>	<b>4 (144)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,5 (54)</b>	<b>1,5 (54)</b>
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	1 (36)	1 (36)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,5 (54)</b>	<b>1,5 (54)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	<b>1 (36)</b>

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

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

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1		18	36	0	54	ПК-2.1 ПК-2.2 УК-10.1 УК-10.2
Всего		18	36	0	54	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Эволюция концепции маркетинга и базисные принципы его организации	1	0	0
2	1	Стратегическое планирование и маркетинг	2	0	0
3	1	Маркетинговые исследования и информационная система маркетинга	2	0	0
4	1	Потребительские рынки и мотивация поведения покупателей	2	0	0
5	1	Позиционирование продукта, жизненный цикл товара и типы маркетинга	2	0	0

6	1	Конкурентная среда и товарная политика фирмы	2	0	0
7	1	Ценовая политика фирмы и ценообразование товара	2	0	0
8	1	Сбытовая политика фирмы и основные каналы товародвижения	2	0	0
9	1	Эффективность стратегии коммуникации товара и проблемы организации рекламной кампании	2	0	0
10	1	Управление маркетингом фирмы	1	0	0
Всего			18	0	0

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Профессиональные участники маркетинговой деятельности	8	0	0
2	1	Стратегия коммуникации товара	8	0	0
3	1	Организация службы маркетинга на предприятии	8	0	0
4	1	Критерии оценки эффективности работы службы маркетинга	8	0	0
5	1	Эффективность организации рекламной кампании	4	0	0
Всего			36	0	0

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Писарев И. С., Катаргин В. Н.	Основы маркетинга в сфере сервиса: методические указания к курсовой работе	Красноярск: Информационно-полиграфический комплекс [ИПК] СФУ, 2009
Л1.2	Якимова Е. А.	Маркетинговые исследования: методология и анализ: банк тестовых заданий [для студентов напр. 080500.68.25 «Маркетинг»]	Красноярск: СФУ, 2013
Л1.3	Савватеев Е. В., Рокотьянская В. В., Мощенко О. В., Власенкова Т. А.	Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014
Л1.4	Костромина Е. В.	Авиатранспортный маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017
Л1.5	Сачук Т. В.	Территориальный маркетинг: теория и практика: учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017
Л1.6	Киреев В. С.	Маркетинг инноваций: Электронная публикация	Москва: ООО "КУРС", 2017
Л1.7	Федько В. П., Чикагуева Л. А., Третьякова Н. В., Иващенко С. А.	Маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017
Л1.8	Карпова С. В., Тюрин Д. В.	Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017



6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Яковлева. Е.Ю.	Маркетинг: учеб-метод. материалы к изучению дисциплины	Красноярск: СФУ, 2016
Л2.2	Савруков Н. Т., Савруков А. Н., Саврукова Е. Н.	Основы маркетинга : Альбом схем	СПб.: Политехника, 1999
Л2.3	Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В.	Маркетинг: учебник	Москва: ИНФРА -М, 2017
Л2.4	Блюм М. А., Герасимов Б. И., Молоткова Н. В.	Маркетинг рекламы: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2015
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Калужский М. Л.	Практический маркетинг: учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2015
Л3.2	Божко В.П., Брага В.В., Бубнова Н.Г., Романов А.Н.	Информатика: данные, технология, маркетинг	Москва: Лаборатория знаний"" (ранее ""БИНОМ. Лаборатория знаний", 2015
Л3.3	Лукина А. В.	Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2013
Л3.4	Завьялов П. С.	Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно- издательский центр ИНФРА- М", 2014
Л3.5	Архангельская И. Б., Мезина Л. Г., Архангельская А. С.	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Москва: Издательский Центр РИО□, 2016
Л3.6	Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В.	Маркетинг: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2016

**7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Э1	<a href="http://lib.sfu-kras.ru/">http://lib.sfu-kras.ru/</a>
----	---

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Конспектирование первоисточников

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	программные средства MicrosoftOffice
-------	--------------------------------------

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Информационно-справочные системы по маркетингу
-------	--

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

В аудитории для проведения лекционных занятий желательно демонстрационное оборудование: компьютер (с установленными программными средствами MicrosoftOffice), проектор, электронная доска.