

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

Б1.О.15 Маркетинг

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

27.03.01 Стандартизация и метрология

Направленность (профиль)

27.03.01.31 Стандартизация, сертификация и метрология

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в управленческой деятельности.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- представление студентам эволюции и современной теории маркетинга, формирование умений ее практического использования;
- развитие способностей идентификации маркетинговых проблем и их решения;
- формирование навыков аналитического обеспечения управленческих решений, в том числе и по проблемам маркетинга.

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: Способен осуществлять оценку эффективности результатов разработки в области стандартизации и метрологического обеспечения	
ИД-1.ОПК-4: Осуществляет оценку эффективности результатов разработки в области стандартизации и метрологического обеспечения	методы ценообразования на предприятии для оценки затрат применять основные товарные стратегии с обоснованием техниче-ских и организационно-экономических решений по управлению качест-вом продукции общими методами взаимодействия отдела маркетинга с первичны-ми производственными подразделениями пред-приятия
ИД-2.ОПК-4: Определяет критерии оценки эффективности полученных результатов	необходимый перечень маркетинговых метрик на предприятии разрабатывать систему маркетинговых метрик для предприятия навыками оценки эф-фективности маркетинга на предприятии
ПК-10: Способен проводить мониторинг действующих и разрабатываемых на национальном, региональном и международном уровнях документов по стандартизации	
ИД-1.ПК-10: Проводит мониторинг действующих и разрабатывающих документов по стандартизации	систему необходимых документов по стандар-тизации продукции осуществлять поиск в правовых базах данных необходимых докумен-тов по стандартизации продукции навыками экспресс мо-ниторинга действующих и разрабатывающих до-кументов по стандарти-зации
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в	

различных областях жизнедеятельности	
ИД-1.УК-10: Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	методы проведения анализа внешней и внут-ренней среды организа-ции принимать решения о выборе стратегических альтернатив в отноше-нии маркетинговой стра-тегии предприятия навыками сбора и ана-лиза информационных данных в отношении маркетинговой инфор-мационной системы

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:	1,5 (54)	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	0,5 (18)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,5 (54)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

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. Организация маркетинга на предприятии									
	1. Введение в маркетинг и функции маркетинга на предприятии	4							
	2. Процесс управления маркетингом: планирование, контроль, финансы маркетинга	4							
	3. Введение в маркетинг и функции маркетинга на предприятии			2					
	4. Процесс управления маркетингом: планирование, контроль, финансы маркетинга			2					
	5. Организация маркетинга на предприятии							11	
2. Маркетинговая среда и информация									
	1. Маркетинговая среда: понятие, структура и оценка	4							
	2. Маркетинговая информация и исследования	4							
	3. Маркетинговая среда: понятие, структура и оценка			2					
	4. Маркетинговая информация и исследования			2					

5. Маркетинговая среда и информация							11	
3. Реализация рыночных возможностей: маркетинговый комплекс								
1. Товарная политика предприятия	5							
2. Разработка ценовой политики	5							
3. Сбытовая политика предприятия	5							
4. Политика продвижения в системе маркетинга	5							
5. Товарная политика предприятия			3					
6. Разработка ценовой политики			3					
7. Сбытовая политика предприятия			2					
8. Политика продвижения в системе маркетинга			2					
9. Реализация рыночных возможностей: маркетинговый комплекс							32	
Всего	36		18				54	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент(Москва: Питер).
2. Нагапетьянц Н. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие(Москва: Вузовский учебник).
3. Ноздрева Р. Б., Крылова Г. Д., Соколова М. И. Маркетинг: учебное пособие(Москва: Проспект).
4. Котлер Ф., Армстронг Г, Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: пер. с англ.(Санкт-Петербург: Вильямс).
5. Голубков Е. П. Основы маркетинга: учебник для вузов(М.: Финпресс).
6. Соловьев Б. А. Маркетинг: учебник(М.: ИНФРА-М).
7. Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов (бакалавров), обучающихся по экономическим направлениям и специальностям(Москва: Юрайт).
8. Эриашвили Н. Д., Нагапетьянц Н. А., Синяева И. М., Исаенко Е. В., Каменева И. Г., Васильев Г. А. Основы маркетинга: учебное пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг" и 350700 "Реклама"(Москва: ЮНИТИ-ДАНА).
9. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х., Багиев Г. Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов по экономическим специальностям(Санкт-Петербург: Питер).
10. Синяева И.М., Маслова В.М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг"(Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА").
11. Годин А. М. Маркетинг(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
12. Акулич И. Л. Маркетинг. Практикум(Минск: Вышэйшая школа).

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. Для изучения настоящей дисциплины обучающимся необходимо наличие доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

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

1. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>.
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю: <http://krasstat.gks.ru/>.

3. 3.Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС): <https://www.fedstat.ru/>.
4. 4.Федеральная таможенная служба: <http://www.customs.ru/>.
5. 5.Официальный сайт компании «Консультант Плюс»: <http://www.consultant.ru/>.
6. 6.Высшая школа экономики: статистические сборники: <https://www.hse.ru/org/hse/primarydata/>.
7. 7.Министерство образования и науки РФ: <http://graduate.edu.ru/#/?year=2014>.
8. 8.Автоматизированная информационная система мониторинга муниципальных образований Красноярского края: <http://aismmo.ru/>
9. 9.Официальный портал Красноярского края: <http://www.krskstate.ru/>.
10. 10.Государственная статистика Евросоюза: <http://ec.europa.eu/eurostat>.
11. 11.Государственная статистика США: <http://www.esa.doc.gov/>.
12. 12.Официальный сайт Всемирного экономического форума: <https://www.weforum.org/>.
13. 13.Официальный сайт Всемирной торговой организации: <http://www.un.org/>.
14. 14.Зарубежная база данных Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>.
15. 15.ИАС «Статистика»: <http://www.ias-stat.ru/>
16. 16.Информационная система «СПАРК»: <http://www.spark-interfax.ru/>.
17. 17.Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru/>.
18. 18.Институт статистических исследований и экономики знаний: <https://issek.hse.ru/>.

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)

Для организации образовательного процесса необходима следующая материально-техническая база:

-аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованная классной доской и розетками для подключения электрооборудования и / или мультимедийным проектором с настенной доской;

-учебно-методическая литература.

В ходе выполнения самостоятельной работы обучающимся потребуется наличие персонального компьютера.