

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

Б1.О.10 Маркетинг

---

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

27.03.02 Управление качеством

---

Направленность (профиль)

27.03.02.32 Управление качеством в производственно-технологических  
системах

---

Форма обучения

очная

---

Год набора

2021

---

Красноярск 2022

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

старший преподаватель кафедры Маркетинг ИУБПЭ, Рыжкова Оксана

Владимировна

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
<b>ОПК-4: Способен осуществлять оценку эффективности систем управления качеством, разработанных на основе математических методов</b>	
ИД-1.ОПК-4: Осуществляет оценку эффективности работ в области управления качеством в технических системах	методы ценообразования на предприятии для оценки затрат применять основные товарные стратегии с обоснованием технических и организационно-экономических решений по управлению качеством продукции общими методами взаимодействия отдела маркетинга с первичными производственными подразделениями предприятия
ИД-2.ОПК-4: Определяет критерии оценки эффективности полученных результатов	необходимый перечень маркетинговых метрик на предприятии разрабатывать систему маркетинговых метрик для предприятия навыками оценки эффективности маркетинга на предприятии
<b>УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</b>	
ИД-1.УК-10: Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	методы проведения анализа внешней и внутренней среды организации принимать решения о выборе стратегических альтернатив в отношении маркетинговой стратегии предприятия навыками сбора и анализа информационных данных в отношении маркетинговой информационной системы

### 1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=28163>.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,5 (54)</b>	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	0,5 (18)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,5 (54)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
<b>Промежуточная аттестация (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. Организация маркетинга на предприятии</b>									
	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	
<b>2. Маркетинговая среда и информация</b>									
	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	
<b>3. Реализация рыночных возможностей: маркетинговый комплекс</b>								
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. Панкрухин А. П. Маркетинг: учебник для вузов(М.: Омега-Л).
2. Траут Д., Райс Э. Маркетинговые войны(Санкт-Петербург: Питер).
3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент(Москва: Питер).
4. Панкрухин А. П. Маркетинг: учебник для студентов вузов по специальности "Маркетинг"(Москва: Омега-Л).
5. Ноздрева Р. Б., Крылова Г. Д., Соколова М. И. Маркетинг: учебное пособие(Москва: Проспект).
6. Голубкова Е. Н., Широченская И. П. Деловые ситуации в маркетинге: 33 кейса(М.: Дело и Сервис).
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: научное издание(М. ; СПб. ; Киев: Вильямс).
8. Ламбен Ж. -. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг: учебник(СПб.: Питер).
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс(Санкт-Петербург: Вильямс).
10. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинг: учебник(Москва: Питер).
11. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М., Анн Х., Багиев Г. Л. Маркетинг: учебник для студентов вузов по экономическим специальностям(Санкт-Петербург: Питер).

### **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. Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС): <https://www.fedstat.ru/>.
4. Федеральная таможенная служба: <http://www.customs.ru/>.
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. Официальный сайт Всемирной торговой организации: <http://www.un.org/>.
14. Зарубежная база данных Euromonitor International:  
<http://www.portal.euromonitor.com>.
15. ИАС «Статистика»: <http://www.ias-stat.ru/>
16. Информационная система «СПАРК»: <http://www.spark-interfax.ru/>.
17. Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru/>.
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.