

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Станиславович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 17.03.2021 16:25:44

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204bc2bfec58d577a1b983ee223ea27559d45aa8c272df0610c6c81

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Согласовано с председателем методической комиссии факультета ветеринарной медицины и зоотехнии 15.05.2019 года. Утверждено деканом факультета ветеринарной медицины и зоотехнии 17.05.2019 года (с изменениями, утвержденными деканом факультета ветеринарной медицины и зоотехнии 08.07.2020 года).

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### МАРКЕТИНГ

Направление подготовки (специальность) ВО	<u>36.03.02 Зоотехния</u>
Направленность (профиль) образования	<u>«Технология производства продуктов животноводства (по отраслям)», «Непродуктивное животноводство»</u>
Квалификация выпускника	<u>бакалавр</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Срок освоения ОПОП ВО	<u>4 года</u>

Караваево 2019

## 1. Цель и задачи дисциплины

### Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины (модуля) Маркетинг является формирование умений и навыков применения теории маркетинга для решения конкретных ситуаций.

### Задачи дисциплины:

- освоение теоретических основ современного маркетинга, маркетинговых концепций и рыночных процессов;
- изучение основных понятий маркетинга и формирование умений их использования в управленческой деятельности;
- приобретение навыков выявления и удовлетворения потребностей покупателей и их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций;

## 2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

2.1 Дисциплина (модуль) Маркетинг относится к части ФТД Факультатив

2.2 Для изучения данной дисциплины (модуля) Маркетинг необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые **предшествующими дисциплинами**:

- Экономика,
- Менеджмент

**Знания:** теоретические основы функционирования рыночной экономики; экономические основы производства и ресурсы предприятия (основные фонды, оборотные средства, трудовые ресурсы); понятия себестоимости продукции и классификации затрат на производство и реализацию продукции;

- организацию с.-х. предприятий в условиях многообразия форм собственности,
- функции и специфику управления, формы участия персонала в управлении, основные принципы этики деловых отношений;

**Умения:** самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу, разрабатывать оперативные планы работы первичных производственных подразделений.

**Навыки:** владеть методами систематизации и обобщения информации по использованию ресурсов предприятия и формированию финансового результата; определения стоимостной оценки основных производственных ресурсов; определения изменения затрат на производство и финансовых результатов за счет различных факторов; принятия управленческих решений в области организации и нормирования труда.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций: УК-2.

Категория компетенции	Код и наименование компетенции	Наименование индикатора формирования компетенции
<b>Универсальные компетенции</b>		
Разработка и реализация проекта	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<i>ИД-1 УК-2</i> Знать: принципы формирования задач в рамках поставленной цели <i>ИД-2 УК-2</i> Уметь: выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели <i>ИД-3 УК-2</i> Владеть: навыками оптимального решения задач, исходя из действующих

		правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
--	--	---

**В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН:**

**Знать:** принципы формирования задач в рамках поставленной цели

**Уметь:** выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели

**Владеть:** навыками оптимального решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

**4 Структура дисциплины (модуля) Маркетинг**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов. **Форма промежуточной аттестации зачет**

Вид учебной работы		Всего часов	Распределение по семестрам
			№ 8
Контактная работа (всего)		36,9	36,9
в том числе:			
Лекции (Л)		18	18
Лабораторные занятия (ЛЗ), Семинары (С)		18	18
Консультации (К)		0,9	0,9
Самостоятельная работа студента (СРС) (всего)		35,1	35,1
в том числе:			
Подготовка к лекциям и практическим занятиям		15,1	15,1
Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсам)		20	20
Форма промежуточной аттестации	зачет (З)	6*	6*
	экзамен (Э)		
Общая трудоемкость / контактная работа	часов	72/36,9	72/36,9
	зач. ед.	2/1,03	2/1,03

\* - часы используются для подготовки к контрольным испытаниям в течение семестра

## 5 Содержание дисциплины «Маркетинг»

### 5.1 Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела (темы) дисциплины (модуля)	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	К	ПЗ	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	8	Тема 1. Основы современного маркетинга 1. Понятие и подходы к маркетингу 2. Функции маркетинга, их классификация 3. Цели и принципы маркетинга	2		2	3	7	Опрос (3) Тестирование (5,17)
2	8	Тема 2. Основные концепции развития маркетинга 1. Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	2		2	3	7	Опрос (3) Тестирование (5,17)
3	8	Тема 3. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования 1. Система маркетинговой информации 2. Система маркетинговых исследований 3. Методы маркетинговых исследований	2		2	3	7	Тестирование (7,17)
4	8	Тема 4. Сегментация рынка 1. Понятие и сущность сегментации 2. Критерии и признаки целевого сегмента рынка 3. Способы сегментации рынка 4. Поиск «ниши» рынка и позиционирования товара	2		2	3	7	Тестирование (7,17)

5	8	Тема5. Товарная политика 1.Товар в системе маркетинга 2.Классификация товара 3.Марка и упаковка товара	2		2	3	7	Тестирование ( 12,17)
6	8	Тема6. Жизненный цикл товара 1.Концепции ЖЦТ 2.Этапы ЖЦТ 3.Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке	2		2	3	7	Опрос ( 9) Тестирование ( 12,17)
7	8	Тема7.Маркетинговая среда функционирования предприятия 1.Составляющие маркетинговой среды 2.Основные факторы микросреды функционирования фирмы 3.Основные факторы макросреды функционирования фирмы	2		2	3	7	Опрос ( 9) Тестирование ( 12,17)
8	8	Тема8. Ценовая политика 1. Ценовая политика 2. Методы ценообразования 3.Факторы, влияющие на установление цен 4.Механизмы реализации ценовой политики 5.Система и классификация цен				3	3	Тестирование ( 12,17)
9	8	Тема9. Каналы товародвижения 1.Уровни каналов распределения 2.Горизонтальная и вертикальная маркетинговые системы 3.Важнейшие элементы товародвижения 4. Методы распространения товара	2		2	3	7	Тестирование (14 ,17)

10	8	Тема 10. Продвижение товара 1.Понятие рекламы и история ее развития 2.Рекламная программа и формы ее обращения 3.Закон РФ о рекламе 4.Пропаганда и стимулирование сбыта 5.Public relations – связь с общественностью	2		2	3	7	Тестирование (14,17)
11.	8	Тема 11.Международный маркетинг и маркетинг услуг 1.Среда международного маркетинга 2.Способы выхода на международный рынок 3.Ограничения, существующие в международной торговле 4. Развитие маркетинга услуг				5,1	5,1	Тестирование (17)
		Консультации	-	0,9	-	-	0,9	
		ИТОГО:	18	0,9	18	35,1	72	

## 5.2. Практические и семинарские занятия, лабораторные работы

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Наименование лабораторных работ	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	8	Тема 1.Основы современного маркетинга	Основы современного маркетинга 1.Понятие и подходы к маркетингу 2.Функции маркетинга, их классификация 3.Цели и принципы маркетинга	2
2.	8	Тема 2.Основные концепции развития маркетинга	Основные концепции развития маркетинга 1.Эволюция концепций маркетинга 2. Задачи маркетинга 3. Виды маркетинга	2
3.	8	Тема 3.Система маркетинговой	Система маркетинговой	2

		информации и маркетинговые исследования	информации и маркетинговые исследования 1. Система маркетинговой информации 2. Система маркетинговых исследований 3. Методы маркетинговых исследований	
4.	8	Тема 4. Сегментация рынка	Сегментация рынка 1. Понятие и сущность сегментации 2. Критерии и признаки целевого сегмента рынка 3. Способы сегментации рынка 4. Поиск «ниши» рынка и позиционирования товара	2
5.	8	Тема 5. Товарная политика	Товарная политика 1. Товар в системе маркетинга 2. Товар как потребительская ценность 3. Классификация товара 4. Марка и упаковка товара	2
6.	8	Тема 6. Жизненный цикл товара	Жизненный цикл товара 1. Концепции ЖЦТ 2. Этапы ЖЦТ 3. Концепция внедрения товара на внутреннем и международном рынке	2
7.	8	Тема 7. Маркетинговая среда	Маркетинговая среда 1. Составляющие маркетинговой среды 2. Основные факторы микросреды функционирования фирмы 3. Основные факторы макросреды функционирования фирмы	2
8.	8	Тема 10. Продвижение товара	1. Понятие рекламы и история ее развития 2. Рекламная программа и формы ее обращения 3. Закон РФ о рекламе 4. Пропаганда и стимулирование сбыта 5. Public relations – связь с общественностью	2
		ИТОГО:		18

### 5.3. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Не предусмотрено.

### 5.4. Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	8	Основы современного маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
2.		Основные концепции развития маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
3.		Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
4.		Сегментация рынка	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе,	3



			электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	
5.		Товарная политика	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах)	3
6.		Жизненный цикл товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
7.		Маркетинговая среда	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах)	3
8.		Ценовая политика	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
9.	8	Каналы товародвижения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по	3

			литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	
10.		Продвижение товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	3
11.		Международный маркетинг и маркетинг услуг	Подготовка к лекциям и практическим занятиям. Самостоятельное изучение учебного материала (по литературе, электронным изданиям в Интернет-ресурсах) Подготовка к контрольным испытаниям	5,1
ИТОГО часов в семестре:				35,1

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Маркетинг»

### 6.1. Рекомендуемая литература

№ п/п	Выходные данные	Количество экземпляров
1	3	4
1	<b>Котлер Ф.</b> Основы маркетинга. Краткий курс.- М: Вильямс,2010.	99
2	<b>Гавриленко, Н.И.</b> Маркетинг [Текст] : учебник для вузов / Н. И. Гавриленко. - 3-е изд., стереотип. - М. : Академия, 2013. - 192 с.	15
3	<b>Цахаев, Р.К.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2013. - 552 с. - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/view/book/5630/">http://e.lanbook.com/view/book/5630/</a> , требуется регистрация.	Неограниченный доступ
4	<b>Синяева, И.М.</b> Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник для бакалавриата и специалистов вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк. - 3-е изд. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К, 2013. - 268 с. - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/view/book/56243/">http://e.lanbook.com/view/book/56243/</a> , требуется регистрация.	Неограниченный доступ
5	<b>Синяева, И.М.</b> Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2014. - 252 с. - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/view/book/44072/">http://e.lanbook.com/view/book/44072/</a> , требуется регистрация.	Неограниченный доступ
6	<b>Нуралиев, С.У.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2014. - 362 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/view/book/56249/">http://e.lanbook.com/view/book/56249/</a> , требуется регистрация.	Неограниченный доступ
7	<b>Ким, С.А.</b> Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Экономика и управление" / С. А. Ким. - Электрон. дан. - М. : Дашков и К°, 2013. - 260 с. - Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/view/book/56248/">http://e.lanbook.com/view/book/56248/</a> , требуется регистрация.	Неограниченный доступ

## 6.2. Лицензионное программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Сведения о правообладателе (лицензиат, номер лицензии, дата выдачи, срок действия) и заключенном с ним договоре
Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License	Майкрософт, 47105956, 30.06.2010, постоянная
Microsoft Windows SL 8.1 Russian Academic Open License	Майкрософт, 64407027, 25.11.2014, постоянная
Программное обеспечение «Антиплагиат»	АО «Антиплагиат», лицензионный договор №1553 от 25.09.2019, 1 год
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499Node 1 year Educational Renewal License	ООО «ДримСофт», лицензионный договор №44 от 14.02.2020, 1 год

### 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1.	Маркетинг	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	<p>Аудитория 409"э"</p> <p>Лекционная поточная аудитория, оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.</p> <p>Мультимедийное оборудование: Intel(R) Pentium(R) CPU G620 @ 2.60GHz</p>	Microsoft Windows SL 8.1 Russian Academic Open License 64407027, Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License 47105956, Kaspersky Endpoint Security Standart Edition Educational, 1С:Предприятие 8. Комплект для учебных заведений, SunRay TestOfficePro
		Учебные аудитории для проведения лабораторно-практических занятий и занятий семинарского типа	<p>Аудитория 103э</p> <p>Проектор, интерактивная доска, ПК Celeron 440/1Gb/160, диспетчерский пульт ДП-30,</p>	Windows XP, 1С, Консультант, Microsoft Open License 64407027, 47105956
		Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) и самостоятельной работы	<p>Аудитория 257, оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.</p> <p>Бездисковые терминальные станции 12шт. с выходом в Интернет и ЭИОС ФГБОУ ВО Костромской ГСХА, Intel(R) Pentium(R) CPU G4600 @ 3.60GHz</p>	Microsoft Windows SL 8.1 Russian Academic Open License 64407027, Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License 47105956, Kaspersky Endpoint Security Standart Edition Educational

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
		Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Аудитория 103э Проектор, интерактивная доска, ПК Celeron 440/1Gb/160, диспетчерский пульт ДП-30,	Windows XP, 1С, Консультант, Microsoft Open License 64407027,47105956
2.	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования		Аудитория 440 Сервер RStyle , Сервер DEPO, Сервер IntelP4308, Компьютер i5/8G/1TB, Компьютер i5/8/500G, Компьютер i5/8/500G, Компьютер E6850/4/500G, Компьютер i5/4/500G	Microsoft Windows Server Standard 2008 Academic 44794865, Microsoft Windows Server Standard 2008 R2 Academic 48946846, Microsoft SQL Server Standard Edition Academic 44794865, Microsoft Office 2013 Russian Academic Open License, Windows Prof 7 Academic Open License 64407027,47105956
		Аудитория 117 Компьютер i7/4/500, Компьютер Celeron 2.8/512/360, Паяльная станция, осциллограф, мультиметр, микроскоп	Microsoft Office 2013 Russian Academic Open License, Windows Prof 7 Academic Open License 64407027,47105956	

\*Специальные помещения – аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 36.03.02 Зоотехния, профиль Технология производства продуктов животноводства, Непродуктивное животноводство (кинология, фелинология)

Составитель (и):

Доцент кафедры менеджмента и права \_\_\_\_\_ Степанченко О.Н.

Заведующий кафедрой менеджмента и права \_\_\_\_\_ Котлярова Л.Д.