

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Волхонов Михаил Станиславович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 11.05.2024 11:04:23
Уникальный программный ключ:
b2dc75470204bc2bfec58d577a1b983ee223ea27559d45aa8c272df0610c6c81

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической
комиссии

УТВЕРЖДАЮ

Елена Владимировна
Королёва

Подписано цифровой
подписью: Елена
Владимировна Королёва
Дата: 2024.06.05 11:46:39 +03'00'

Надежда
Александровна
Середа

Подписано цифровой
подписью: Надежда
Александровна Середа
Дата: 2024.06.11 11:48:51 +03'00'

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Менеджмент и право**

Квалификация **Бакалавр**
Форма обучения **очная**
Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 216
в том числе: 80
аудиторные занятия 134
самостоятельная работа

Программу составил(и):

доцент, кандидат экономических наук, доцент, Плашкина Антонина Сергеевна

**Антонина Сергеевна
Плашкина**

Подписано цифровой
подписью: Антонина Сергеевна
Плашкина
Дата: 2024.04.27 10:44:01 +03'00'

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.03.01 Экономика, направленность (профиль) "Экономическая безопасность"
утвержденного учёным советом вуза от 20.03.2024 протокол № 3.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

«Менеджмент и право»

Протокол от 27.04.2024 г. № 11

Зав. кафедрой Котлярова Любовь Дмитриевна

**Любовь Дмитриевна
Котлярова**

Подписано цифровой подписью:
Любовь Дмитриевна Котлярова
Дата: 2024.04.27 11:45:49 +03'00'

Рассмотрено на заседании Методической комиссии факультета Экономический факультет, протокол № 3 от 05.06.2024 0:00:00

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель	Формирование умений и навыков применять теорию маркетинга для решения конкретных ситуаций
Задачи: Формирование базовых знаний в области теории и практики маркетинга	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О1676226
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Социология
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как
2.2.1	Управление рисками организации

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Знать:	
Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие	
Уметь:	
Осуществляет поиск и критический анализ информации, необходимой для решения поставленной задачи	
Владеть:	
Планирует возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи	
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
Знать:	
Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития	
Уметь:	
Понимает цели и механизмы основных видов государственной социально-экономической политики	
Владеть:	
Обосновывает принятие экономических решений, использует экономические инструменты и методы при выполнении конкретных задач и достижения поставленных целей	
ОПК-3: Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;	
Знать:	
Понимает движущие силы и закономерности экономических процессов на микро- и макроуровне	
Уметь:	
Анализирует и интерпретирует данные о социально-экономических явлениях и процессах на микро- и макроуровне	
Владеть:	
владеет навыками формирования возможных вариантов решения поставленной задачи, оценки их достоинств и недостатков, определения возможных последствий различных вариантов решений задачи	

Распределение часов дисциплины по семестрам				
Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	20 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	40	40	40	40
Практические	40	40	40	40
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	80	80	80	80
Контактная работа	82	82	82	82
Сам. работа	134	134	134	134
Итого	216	216	216	216

4.1. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература и эл. ресурсы	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг					
1.1	Основы современного маркетинга /Тема/	4	0			
1.2	Основы современного маркетинга /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.3	Основы современного маркетинга /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.4	Основы современного маркетинга /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.5	Основные концепции развития маркетинга /Тема/	4	0			

1.6	Основные концепции развития маркетинга /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.7	Основные концепции развития маркетинга /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.8	Основные концепции развития маркетинга /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.9	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования /Тема/	4	0			
1.10	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.11	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.12	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.13	Сегментация рынка /Тема/	4	0			
1.14	Сегментация рынка и жизненный цикл товара /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.15	Сегментация рынка и жизненный цикл товара /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.16	Сегментация рынка и жизненный цикл товара /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.17	Товарная политика /Тема/	4	0			
1.18	Товарная политика /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.19	Товарная политика /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.20	Товарная политика /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.21	Маркетинговая среда /Тема/	4	0			
1.22	Маркетинговая среда /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.23	Маркетинговая среда /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	

1.24	Маркетинговая среда /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.25	Ценовая политика /Тема/	4	0			
1.26	Ценовая политика /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.27	Ценовая политика /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.28	Ценовая политика /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.29	Каналы товародвижения /Тема/	4	0			
1.30	Каналы товародвижения /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.31	Каналы товародвижения /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.32	Каналы товародвижения /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.33	Продвижение товара /Тема/	4	0			
1.34	Продвижение товара /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.35	Продвижение товара /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.36	Продвижение товара /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.37	Международный маркетинг /Тема/	4	0			
1.38	Международный маркетинг /Лек/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.39	Международный маркетинг /Пр/	4	4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.40	Международный маркетинг /Ср/	4	13,4	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.41	Основы современного маркетинга /Конс/	4	2	УК-10 ОПК -3 УК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Представлен отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Котлярова Л. Д., сост.	Маркетинг: практикум для контактной и самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика очной, очно-заочной и заочной форм обучения	Караваево: Костромская ГСХА, 2021
Л1.2	Абаев А. Л.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник	Москва: Дашков и К°, 2022
Л1.3	Ким С. А.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2022
Л1.4	Абаев А. Л.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник	Москва: Дашков и К°, 2022
Л1.5	Акьюлов Р. И.	Маркетинг: учебное пособие для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2024
6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы			
Э1	Маркетинг		
6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства			
6.3.1.1	Windows 7 Prof, Microsoft Office 2003 Std Microsoft Open License 64407027,47105956		
6.3.1.2	Microsoft Office 2010 Russian Academic Open License		
6.3.1.3	SunRav TestOfficePro		
6.3.1.4	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 250-499		
6.3.1.5	Программное обеспечение "Антиплагиат"		
6.3.1.6	1С:Предприятие 8. Комплект для учебных заведений		
6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем			
6.3.2.1	Электронная библиотека академии		
6.3.2.2	Реферативная база данных AGRIS		
6.3.2.3	Единое окно доступа к образовательным ресурсам		
6.3.2.4	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»		
6.3.2.5	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU		
6.3.2.6	Справочная Правовая система "КонсультантПлюс"		
7. МТО (оборудование и технические средства обучения)			
№ корпуса, № помещения и его площадь	Предназначение помещения	№ аудитории по техническому паспорту	Перечень оборудования (в т.ч. виртуальные аналоги) и технических средств обучения
Учебно-лабораторный корпус экономического факультета Российская Федерация, Костромская область, Костромской муниципальный район, Караваевское сельское поселение, п. Караваево, ул. Учебный городок, д. 47	Учебная аудитория для проведения практических занятий и занятий семинарского типа	103	Мультимедийное оборудование: Компьютер рDNS (Home) на базе процессора IntelCorexxx 1 шт., телевизор LED55" (139 см) DEXPF55D7100K [FHD,1920*1080] 1 шт.. столы ученические 16 шт., стулья ученические 44 шт., доска настенная 3-эл. немагнитная ДН-33М. Учебно-информационные плакаты

<p>Учебно-лабораторный корпус экономического факультета Российская Федерация, Костромская область, Костромской муниципальный район, Караваевское сельское поселение, п. Караваево, ул. Учебный городок, д. 47</p>	<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа</p>	<p>103</p>	<p>Мультимедийное оборудование: Компьютер DNS (Home) на базе процессора IntelCorexxx 1 шт., телевизор LED55" (139 см) DEXPF55D7100K [FHD,1920*1080] 1 шт.. столы ученические 16 шт., стулья ученические 44 шт., доска настенная 3-эл. немагнитная ДН-33М. Учебно-информационные плакаты</p>
<p>Учебно-лабораторный корпус экономического факультета Российская Федерация, Костромская область, Костромской муниципальный район, Караваевское сельское поселение, п. Караваево, ул. Учебный городок, д. 47</p>	<p>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации</p>	<p>103</p>	<p>Мультимедийное оборудование: КомпьютерDNS (Home) на базе процессора IntelCorexxx 1 шт., телевизор LED55" (139 см) DEXPF55D7100K [FHD,1920*1080] 1 шт.. столы ученические 16 шт., стулья ученические 44 шт., доска настенная 3-эл. немагнитная ДН-33М. Учебно-информационные плакаты</p>
<p>Главный учебный корпус с пятью подвалами и девятью пристройкам Костромская обл, Костромской р-н, п Караваево, ул Учебный городок, д 34</p>	<p>Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) и самостоятельной работы</p>	<p>257</p>	<p>Электронный читальный зал, оснащенный специализированной мебелью и техническими средствами обучения, компьютеры 16 шт с выходом в Интернет и ЭИОС ФГБОУ ВО Костромской ГСХА</p>