

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Волхонов Михаил Станиславович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 09.05.2024 16:41:29
Уникальный программный ключ:
b2dc75470204bc2bfec58d577a1b983ee223ea27559d45aa8c272df0610c6c81

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической
комиссии

Елена Владимировна
Королёва

Подписано цифровой
подписью: Елена Владимировна
Королёва
Дата: 2024.06.05 10:29:37 +03'00'

УТВЕРЖДАЮ

Надежда
Александровна
Серета

Подписано цифровой
подписью: Надежда
Александровна Серета
Дата: 2024.06.11 10:30:31 +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 09:24:17 +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) "Финансы и кредит"

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 10:26:18 +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.О1676083
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	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Примечание
	Раздел 1. Маркетинг					
1.1	Основы современного маркетинга /Тема/	4	0			
1.2	Основы современного маркетинга /Лек/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.3	Основы современного маркетинга /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.4	Основы современного маркетинга /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.7	Основные концепции развития маркетинга /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.8	Основные концепции развития маркетинга /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.11	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.12	Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.15	Сегментация рынка и жизненный цикл товара /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.16	Сегментация рынка и жизненный цикл товара /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.19	Товарная политика /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.20	Товарная политика /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.23	Маркетинговая среда /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	

1.24	Маркетинговая среда /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.27	Ценовая политика /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.28	Ценовая политика /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.31	Каналы товародвижения /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.32	Каналы товародвижения /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.35	Продвижение товара /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.36	Продвижение товара /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.39	Международный маркетинг /Пр/	4	4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.40	Международный маркетинг /Ср/	4	13,4	ОПК-3 УК-1 УК-10	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Э1	
1.41	Маркетинг /Конс/	4	2	ОПК-3 УК-1 УК-10	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	Абаев А. Л.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник	Москва: Дашков и К°, 2022
Л1.2	Ким С. А.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2022
Л1.3	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
Л1.4	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	Справочная Правовая система "КонсультантПлюс"		
6.3.2.2	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU		
6.3.2.3	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»		
6.3.2.4	Единое окно доступа к образовательным ресурсам		
6.3.2.5	Реферативная база данных AGRIS		
6.3.2.6	Электронная библиотека академии		
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 pDNS (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

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 занятий лекционного типа	103	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
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 групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	103	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
Главный учебный корпус с пятью подвалами и девятью пристройкам Костромская обл, Костромской р-н, п Караваево, ул Учебный городок, д 34	Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) и самостоятельной работы	257	Электронный читальный зал, оснащенный специализированной мебелью и техническими средствами обучения, компьютеры 16 шт с выходом в Интернет и ЭИОС ФГБОУ ВО Костромской ГСХА