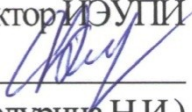


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 17.06.2022 09:47:13  
Уникальный программный ключ:  
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafb

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**имени А.А. ЕЖЕВСКОГО**

Институт экономики, управления и прикладной информатики  
Кафедра менеджмента, предпринимательства и экономической безопасности в АПК

Утверждаю  
Директор ИЭУПИ  
  
(Федурина Н.И.)

Протокол № 7  
от 26.03.2021

Рабочая программа дисциплины  
«Маркетинг»

Направление подготовки (специальность) 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции

Направленность (профиль) Технология хранения и переработки продукции животноводства

(уровень бакалавриата)

Форма обучения: очная, заочная  
3 курс, 5 семестр /3 курс

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов представления о маркетинге как деятельности, направленной на выявление, создание и удовлетворение нужд и потребностей потенциальных покупателей в товарах и услугах, как системы управления, регулирования и изучения рынка.

Основные задачи освоения дисциплины:

- формирование у студентов теоретических и практических навыков при работе на рынке как в качестве производителей и продавцов, так и покупателей ресурсов;
- изучение сущности, принципов и методов маркетинга;
- освоение понятийно-терминологического аппарата, характеризующего организацию маркетинга на предприятии;
- ознакомление с методами создания нового товара, управления товарной и ценовой политикой;
- изучение системы формирования спроса в стимулирования сбыта, организации каналов товародвижения и сбыта;
- ознакомление с основными идеями и правилами планирования, управления и контроля деятельности предприятий в организации, ориентированных на рынок.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Маркетинг» находится в обязательной части Блока 1 учебного плана по направлению подготовки 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции. Дисциплина изучается в 5 семестре.

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

**(ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ)**

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Код компетенции	Результаты освоения ОП	Индикаторы компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
-----------------	------------------------	------------------------	---

<p><b>УК-2</b></p>	<p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИД-1<sub>УК-2</sub> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач</p> <p>ИД-2<sub>УК-2</sub> Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>ИД-3<sub>УК-2</sub> Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время</p> <p>ИД-4<sub>УК-2</sub> Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта</p>	<p><b>Знать:</b> как формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. <b>Уметь:</b> Определять ожидаемые результаты решения выделенных задач</p> <p><b>Владеть:</b> ожидаемыми результатами решения выделенных задач</p> <p><b>Знать:</b> решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, <b>Уметь:</b> Проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений <b>Владеть:</b> способами ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p><b>Знать:</b> конкретные задачи проекта <b>Уметь:</b> Решать конкретные задачи проекта <b>Владеть:</b> Решением конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время</p> <p><b>Знать:</b> результаты решения конкретной задачи проекта <b>Уметь:</b> Публично</p>
--------------------	---	--	--

			представлять результаты решения конкретной задачи проекта <b>Владеть:</b> результа- тами решения кон- кретной задачи проекта
--	--	--	---

#### **4. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение по дисциплине лиц, относящихся к категории инвалидов, и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

В случае возникновения необходимости обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья в Университете предусматривается создание специальных условий, включающих в себя использование специальных образовательных программ, методов воспитания, дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания Университета и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

При получении высшего образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно учебная литература, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

С учетом особых потребностей обучающимся с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде.

#### **5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С**

## ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. – 72 час.

### 5.1. Объем дисциплины и виды учебной работы:

**5.1.1. Очная форма обучения:** Семестр – \_5, вид отчетности – зачет (5 семестр).

Вид учебной работы	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц
	5 семестр	5 семестр	
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>	
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	
в том числе:			
Лекции (Л)	14	14	
Семинарские занятия (СЗ)	14	14	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>44</b>	<b>44</b>	
Самостоятельная подготовка к лекциям и практическим занятиям	44	44	
Эссе	-	-	
Коллоквиум			
Подготовка доклада с использованием мультимедийной презентации			
Подготовка и сдача зачета	-	-	

**5.1.2. Заочная форма обучения:** Курс –3, вид отчетности 3 курс – зачет

Вид учебной работы	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц
	всего	3 курс	
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>	
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	
в том числе:			
Лекции (Л)	4	4	
Семинарские занятия (СЗ)	6	6	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	

<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>62</b>	<b>62</b>	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Расчетно-графическая работа (РГР)			
Реферат (Р)			
Эссе (Э)			
Контрольная работа	22	22	
Самостоятельное изучение разделов	20	20	
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	20	20	
Подготовка и сдача экзамена <sup>2</sup>			
Подготовка и сдача зачета	-	-	

## 6. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий:

#### 6.1.1 Очная форма обучения:

№ п / п	Раздел, тема, содержание дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)				Формы текущей, промежуточной аттестации
		Лекции (Л)	Практ. (семинарские)	лаборат. работы (ЛР)	самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7
<b>5 семестр</b>						
1.	1. Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующегося рынка России.	5	5		17	
1. 1	Тема 1. Сущность, содержание и инструментарий маркетинга. Понятие маркетинга, возникновение, содержание.	1	1		3	
1. 2	Тема 2. Современные концепции маркетинга. Принципы маркетинга, функции маркетинга.	1	1		3	
1. 3	Тема 3. Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение внешней макро-и микро среды маркетинга.	1	1		5	опрос
1. 4	Тема 4. Виды и объекты маркетинга.	1	1		3	
1. 5	Тема 5. Стратегия маркетинга..	1	1		3	
2.	Система маркетинговых исследований и её использование в специфических условиях России.	9	9		27	
2. 1	Тема 6. Планирование в системе маркетинга.	1	1		3	
2. 2	Тема 7. Исследование рынка.	1	1		3	
2. 3	Тема 8. Товарная политика. Виды и критерии сегментации.	1	1		3	
2. 4	Тема 9. Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.	1	1		3	

2.5	Тема 10. Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.	1	1		3	
2.6	Тема 11. Реклама, как составная часть маркетинговой деятельности.	2	2		5	тест
2.7	Тема 12. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.	1	1		3	
2.8	Тема 13. Система маркетинговых исследований.	1	1		4	
	<b>Зачет</b>					
	<b>ИТОГО за 5 семестр</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>44</b>	
	<b>Итого по дисциплине</b>	<b>14</b>	<b>14</b>		<b>44</b>	
<b>72</b>						

### 6.1.2 Заочная форма обучения:

№ п / п	Раздел, тема, содержание дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)				Формы текущей, промежуточной аттестации
		Лекции (Л)	Практ. (семинарские)	лаборат. работы (ЛР)	самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7
1.	1. Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующегося рынка России.	2	3		30	
1.1	Тема 1. Сущность, содержание и инструментальный маркетинга. Понятие маркетинга, возникновение, содержание.	0,5	0,5		6	
1.2	Тема 2. Современные концепции маркетинга. Принципы маркетинга, функции маркетинга.	0,5	0,5		6	
1.3	Тема 3. Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение внешней макро-и микро среды маркетинга.	0,5	0,5		6	
1.4	Тема 4. Виды и объекты маркетинга.		1		6	



1. 5	Тема 5. Стратегия маркетинга..	0,5	0,5		6	
2.	Система маркетинговых исследований и её использование в специфических условиях России.	2	3		32	Выполнение контрольной работы
2. 1	Тема 6. Планирование в системе маркетинга.		0,5		4	
2. 2	Тема 7. Исследование рынка.	0,5			4	
2. 3	Тема 8. Товарная политика. Виды и критерии сегментации.	0,5			4	
2. 4	Тема 9. Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.		0,5		4	
2. 5	Тема 10. Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.	0,5	0,5		4	
2. 6	Тема 11. Реклама, как составная часть маркетинговой деятельности.	0,5	0,5		4	
2. 7	Тема 12. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.		0,5		4	
2. 8	Тема 13. Система маркетинговых исследований.		0,5		4	Зачет
	<b>Зачет</b>					
	<b>ИТОГО за 3 к</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>62</b>	
	<b>Итого по дисциплине</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>62</b>	
<b>72</b>						

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины<sup>1</sup>:

#### 7.1.1. Основная литература:

<sup>1</sup>В рабочие программы вносятся литература из электронного каталога книгообеспеченности по ОП

1. Маркетинг: Практикум для обучающихся по направлениям бакалавриата [Электронный ресурс]. - Персиановский : Донской ГАУ, 2019. - 146 с. - Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/134362><https://e.lanbook.com/img/cover/book/134362.jpg> (Обложка). - Б. ц.

Перейти к внешнему ресурсу <https://e.lanbook.com/book/134362>,

## 2. [Цахаев, Р. К.](#)

Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 3-е. - : Дашков и К, 2017. - 552 с. - Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/93523>. - ISBN 978-5-394-02746-8 : Б. ц.

Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению подготовки “Экономика”

Перейти к внешнему ресурсу <https://e.lanbook.com/book/93523>

## 3. [Зюзина, Н. Н.](#)

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Н. Зюзина. - Липецк : Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2019. - 77 с. : нет. - Режим доступа:<https://lib.rucont.ru/efd/695262>. - ISBN 978-5-88247-925-0 : Б. ц.

Перейти к внешнему ресурсу <https://lib.rucont.ru/efd/695262>

### 7.1.2. Дополнительная литература

#### 1. [Перцовский, Н. И.](#)

Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов [Электронный ресурс] / Н. И. Перцовский. - 4-е изд. - : Дашков и К, 2018. - 140 с. - Режим доступа:<https://e.lanbook.com/book/110739>. - ISBN 978-5-394-03041-3 : Б. ц.

Перейти к внешнему ресурсу <https://e.lanbook.com/book/110739>

2. Практикум по маркетингу [Текст] : учеб. пособие для вузов / В. К. Стародубцева [и др.]. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. - 147 с. - Авт. указ. на обороте тит. л. - Библиогр.: с. 146-147. - ISBN 978-5-7782-2627-2 : 170.00 р. В надзаг.: Новосиб. гос. техн. ун-т

3. Методические указания по дисциплине «Маркетинг» [Электронный ресурс] : направление подготовки 35.03.07 - Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции / Иркут. гос. аграр. ун-т им. А. А. Ежевского ; сост. В. В. Луговнина // Электронная библиотека Иркутского ГАУ  
Полный текст (постраничный просмотр) : [Lugovnina\\_MU\\_marketing.pdf](#)

## 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

1. [www.esomar.org](http://www.esomar.org) - Европейская Ассоциация маркетинга
2. [www.marketingpower.com](http://www.marketingpower.com) - Американская ассоциация маркетинга
3. [www.dis.ru](http://www.dis.ru) - Издательство «Финпресс» - журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
4. [www.grebennikov.ru](http://www.grebennikov.ru) - Издат. дом Гребенникова – журналы «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг услуг», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Управление каналами дистрибуции»
5. <http://www.4p.ru> – Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru».
6. <http://www.eventmarket.ru> - портал, посвященный организации специальных мероприятий и событийному маркетингу.
7. <http://www.marketolog.ru> – сайт журнала «Маркетолог»
8. <http://www.marketing.spb.ru> – энциклопедия маркетинга

## 8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее лицензионное программное обеспечение и информационные справочные системы:

1. Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (апгрейд операционной системы) (лицензии: № 44217759, 44667904, 43837216, 44545018, 44545016).
2. Microsoft Office 2007 (пакет офисных приложений Майкрософт) (лицензии: № 44217759, 44667904, 43837216, 44545018, 44545016, 44217780).
3. Microsoft Windows Server Standard 2008 Russian Academic OPEN No Level (серверная операционная система) (лицензии: № 44217759, 43837216).

## 9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования
1.	Учебная аудитория (ауд 227);	<i>Специализированная мебель</i> : комплект учебной мебели для преподавателя,	Учебная аудитория для проведения занятий

		комплект учебной мебели для обучающихся на 64 места, трибуна 1 шт., <b>Технические средства обучения:</b> <b>Учебно-наглядные пособия.</b> мультимедиа проектор Optoma X302 1шт., доска 3-х элементная меловая 1шт.,	лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
2.	учебная аудитория (ауд 318);	<b>Специализированная мебель:</b> комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 80 мест, трибуна 1 шт., <b>Технические средства обучения:</b> <b>Учебно-наглядные пособия,</b> 2 доски 3-х элементных меловых.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа
3	кафедра менеджмента, предпринимательства и экономической безопасности в АПК (ауд 422);	<b>Специализированная мебель:</b> комплект учебной мебели для преподавателей, Трибуны настольные 2 . <b>Технические средства обучения:</b> <b>Учебно-наглядные пособия,</b> Монитор TFT 19" LG Мультимедиа проектор Optoma X302 ; Принтер лазерный А4 HP LJ-1015 (14 ppm, 1200x1200 dpi, 16 Mb, USB); Принтер/сканер/копир LaserJet M1005 ; Проектор Epson EB-W12 ; Системный блок ВН-0015 iP2160 ; Системный блок Celeron D2,4 GHz / 256Mb /80Gb /CD-RW ;	Аудитория для индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;  Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
4	Аудитория 303;	<b>Специализированная мебель:</b> столы, стулья <b>Технические средства обучения:</b> Компьютеры на базе процессора Intel , объединенных в локальную сеть и имеющих доступ в Интернет, доступ к БД,ЭБ, ЭК, ЭБС, ЭИОС - 11 шт.; 1 ПК выполняет функции серверного с доступом к системе КонсультантПлюс, Принтер HP Lazer Jet P 2055 Принтер HP Lazer Jet M 1132 MFP, 2 шт. - сканер CanoScan LIDE 110	аудитория для самостоятельной работы, для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)

### Рейтинг-план дисциплины

3 курс, 5 семестр

Лекции – 14 часов. Практические занятия –14 часов. Зачет.

Текущие аттестации: опрос, тест

**Распределение баллов по разделам (модулям) в 5 семестре**

:

Раздел дисциплины	Максимальный балл	Сроки
1. Изучение внешней макро-и микро среды маркетинга	30	3 неделя
2. Реклама, как составная часть маркетинговой деятельности.	30	6 неделя
<b>ИТОГО</b>	60	
Сумма баллов для допуска к экзамену	от 40	
Итоговый рейтинговый балл	от 0 до 100	

#### Распределение баллов по видам работ

Вид работы	Единица измерения	Премиальные баллы
Активность на семинарском занятии	семестр	0 - 8
Посещение занятий	семестр	0 - 5
Внеаудиторная самостоятельная работа	семестр	0 –12
Участие в конференциях, конкурсах	одно участие	0 - 15
Итого		до 40
Зачет		20-40

#### Определение итоговой оценки по дисциплине

По результатам работы в семестре студент может получить автоматически зачет или экзамен при условии, если он набрал более 50 баллов. Если студент набрал менее 40 баллов, то он не допускается к экзамену. Неуспевающим студентам предоставляется возможность ликвидировать задолженность (в зависимости от причины неуспеваемости) в предусмотренные кафедрой и деканатом сроки.

Интервал баллов рейтинга	Оценка
Меньше 50	неудовлетворительно
51 - 70	удовлетворительно
71 - 90	хорошо
91 - 100	отлично

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС

ВО) и учебным планом направления подготовки бакалавров по направлению  
35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной  
продукции

Направленность (профиль) Технология хранения и переработки продукции  
животноводства

Программу составил:



ст.преподаватель  
кафедры менедж-  
мента, предпри-  
нимательства и  
экономической без-  
опасности в АПК  
Луговнина В.В.

Программа одобрена на заседании  
кафедры менеджмента, предпринимательства и  
экономической безопасности в АПК

протокол № 7 от 26.03.21

Заведующий кафедрой  
кандидат экономических наук, доцент



Попова Ирина  
Владимировна

**Согласовано:**

Директор центра информационных технологий

\_\_\_\_\_ Замараев А.О.

«\_26\_» \_\_\_\_\_ 03 \_\_\_\_\_ 2021\_ г.

Директор библиотеки

\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ М.З. Ерохина

«\_26\_» \_\_\_\_\_ 03 \_\_\_\_\_ 2021\_ г.