

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Дмитриев Николай Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 14.07.2023 05:46:32

Уникальный программный ключ:

f7c6227919e449700000000000000000

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского»**

Институт экономики, управления и прикладной информатики
Кафедра экономической безопасности и предпринимательства



Документ подписан простой электронной подписью

Организация, подписант

федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

"Иркутский государственный аграрный университет
им. А.А. Ежевского"

Пользователь

Барсукова М.Н.

Дата подписания

28.04.2023

Подпись верна

Рабочая программа дисциплины
"Маркетинг"

Направление подготовки (специальность) 38.03.01 - Экономика .

Направленность (профиль) Бухгалтерский учет и статистика
(академический бакалавриат)

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

2 Курс - 3 семестр/2 курс/4, 5 семестр

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

Цель освоения дисциплины:

- формирование у студентов представления о маркетинге как о деятельности, направленной на выявление, создание и удовлетворение нужд и по-требностей 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; 38.03.01 - Экономика ; Бухгалтерский учет и статистика; (ФГОС3++);» находится в обязательной части Б1.О учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Экономика . Дисциплина изучается в 3 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
-----------------	------------------------	------------------------	---

ОПК-3	Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;	ИД-5ОПК-3 Анализирует и содержательно объясняет природу экономических процессов на микро- и макроуровне	Знать: методы и инструменты анализа экономических процессов на микро- и макроуровне и содержательно объяснять их природу. Уметь: выявлять закономерности и тенденции развития экономических процессов на микро- и макроуровне с помощью методов и инструментов анализа и содержательно объяснять их природу. Владеть: методами и инструментами анализа экономических процессов на микро- и макроуровне.
-------	---	---	---

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 3 з.е. - 108 часов

Очная форма обучения: Семестр - 3 семестр, вид отчетности – Зачет.

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Семестр
		ы
		3
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	44	44
В том числе:		
Лекционные занятия	14	14
Практические занятия	30	30
Самостоятельная работа:	64	64
Самостоятельная работа	64	64
Зачет		

Заочная форма обучения: Курс - 2 курс, вид отчетности – Зачет.

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Учебные
		курсы
		2
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	10	10
В том числе:		
Лекционные занятия	4	4
Практические занятия	6	6
Самостоятельная работа:	98	98
Самостоятельная работа	98	98
Зачет		

Очно-заочная форма обучения: Семестр - 4, 5 семестр, вид отчетности – Зачет.

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Семестры	
		4	5
Общая трудоемкость дисциплины	108/3	108/3	0/0
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	24	24	
В том числе:			
Лекционные занятия	12	12	
Практические занятия	12	12	
Самостоятельная работа:	84	84	

Самостоятельная работа	84	84	
Зачет			

6. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

6.1. Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
1	Понятие и содержание маркетинга, его возникновение, инструментарий маркетинга. Современные концепции маркетинга.	2	4	5
2	Принципы и функции маркетинга.	2	2	4
3	Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение маркетинговой среды фирмы.	2	2	5
4	Сегментация рынка. Товарная политика.	2	4	10
5	Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.	2	4	10
6	Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.	2	4	5
7	Контроль и контроллинг в системе маркетинга.		2	5
8	Маркетинговые коммуникации (реклама, личные продажи, связи с общественностью (PR), стимулирование спроса).	2	4	10
9	Маркетинговые исследования и методика проведения маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы.		4	10
ИТОГО		14	30	64
Зачет				
Итого по дисциплине		108		

6.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
1	Понятие и содержание маркетинга, его возникновение, инструментарий маркетинга. Современные концепции маркетинга.	1		10
2	Принципы и функции маркетинга.		1	10
3	Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение маркетинговой среды фирмы.	1		10
4	Сегментация рынка. Товарная политика.		1	10
5	Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.		1	13
6	Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.		1	10
7	Контроль и контроллинг в системе маркетинга.		1	10
8	Маркетинговые коммуникации (реклама, личные продажи, связи с общественностью (PR), стимулирование спроса).	1		10
9	Маркетинговые исследования и методика проведения маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы.	1	1	15
ИТОГО		4	6	98
Зачет				
Итого по дисциплине		108		

6.3. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
1	Понятие и содержание маркетинга, его возникновение, инструментарий маркетинга. Современные концепции маркетинга.	2	2	4
2	Принципы и функции маркетинга.	1	1	10
3	Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение маркетинговой среды фирмы.	1	1	10
4	Сегментация рынка. Товарная политика.	1	1	10
5	Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.	2	2	10

6	Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.	1	1	10
7	Контроль и контроллинг в системе маркетинга.	1	1	10
8	Маркетинговые коммуникации (реклама, личные продажи, связи с общественностью (PR), стимулирование спроса).	2	2	10
9	Маркетинговые исследования и методика проведения маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы.	1	1	10
ИТОГО		12	12	84
Зачет				
Итого по дисциплине		108		

7. ФОРМЫ ТЕКУЩЕЙ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Понятие и содержание маркетинга, его возникновение, инструментарий маркетинга. Современные концепции маркетинга.:

- Опрос

Принципы и функции маркетинга.:

- Опрос

Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение маркетинговой среды фирмы.:

- Тестирование

Сегментация рынка. Товарная политика.:

- Тестирование

Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.:

- Тестирование

Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.:

- Тестирование

Контроль и контроллинг в системе маркетинга.:

- Опрос

Маркетинговые коммуникации (реклама, личные продажи, связи с общественностью (PR), стимулирование спроса).:

- Тестирование

Маркетинговые исследования и методика проведения маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы.:

- Опрос

- Опрос

Промежуточная аттестация - Зачет.

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Основная литература

- Зюзина, Н. Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие / Зюзина Н. Н. - Липецк : Изд-во Липецкого государственного технического университета, 2019. - 77 с.— URL: <https://lib.rucont.ru/efd/695262>.— Режим доступа: ЭБС "Руконт" : по подписке.— Текст : электронный.
- Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник. - Москва : Дашков и К, 2019. - 433 с.— URL: <https://e.lanbook.com/book/119283>.— Режим доступа: ЭБС "ЛАНЬ" : по подписке.— Текст : электронный.
- Годин А. М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А. М. Годин. - Москва : Дашков и К, 2017. - 656 с.— URL: <https://e.lanbook.com/book/105549>.— Режим доступа: ЭБС "ЛАНЬ" : по подписке.— Текст : электронный.
- Маркетинг: Практикум для обучающихся по направлениям бакалавриата. - Персиановский : Донской ГАУ, 2019. - 146 с.— URL: <https://e.lanbook.com/book/134362>.— Режим доступа: ЭБС "ЛАНЬ" : по подписке.— Текст : электронный.
- Джикович Ю. В. Практический маркетинг : учебное пособие / Джикович Ю. В., Арефьева А. А., Вольнов Е. Е. - Санкт-Петербург : Лань, 2019. - 140 с.— URL: <https://e.lanbook.com/book/116375>.— Режим доступа: ЭБС "ЛАНЬ" : по подписке.— Текст : электронный.
- Окладчик, Светлана Александровна. Маркетинг : учебное пособие для студентов очной, заочной и дистанционной форм обучения по направлению бакалавриата 38.03.01 "Экономика" для практических занятий и самостоятельной работы / С. А. Окладчик. - Молодежный : Изд-во ИрГАУ, 2020. - 107 с.— URL: http://195.206.39.221/fulltext/i_032491.pdf.— Режим доступа: электронная библиотека Иркутского ГАУ .— Текст : электронный.

8.1.2. Дополнительная литература

- Перцовский Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Перцовский Н. И., - Москва : Дашков и К, 2018. - 140 с.— URL: <https://e.lanbook.com/book/110739>.— Режим доступа: ЭБС "ЛАНЬ" : по подписке.— Текст : электронный.
- Романов, Александр Анатольевич. Маркетинг : учеб. пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Москва : Дашков и К, 2016. - 440 с.— URL: <https://e.lanbook.com/book/93316>.— Режим доступа: ЭБС "ЛАНЬ" : по подписке.— Текст : электронный.

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

1. www.esomar.org - Европейская Ассоциация маркетинга
2. www.marketingpower.com - Американская ассоциация маркетинга
3. www.dis.ru - Издательство «Финпресс» - журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
4. 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.

8.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Договор №, дата, организация
Лицензионное программное обеспечение		
1	AbbyLingvo 12	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
2	Microsoft Office 2010	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
3	Kaspersky Business Space Security Russian Edition	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
Свободно распространяемое программное обеспечение		
1	LibreOffice 6.3.3	Свободно распространяемое ПО
2	Adobe Acrobat Reader	Свободно распространяемое ПО
3	Mozilla Firefox 83.x	Свободно распространяемое ПО
4	Opera 72.x	Свободно распространяемое ПО
5	Google Chrome 86.X (веб-браузер)	Свободно распространяемое ПО

9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования
1	Молодежный, ауд. 227	Специализированная мебель: стол - 16 шт., лавки - 16 шт., трибуна - 1 шт., доска меловая - 1 шт., стол преподавателя - 1 шт., стул преподавателя - 1 шт. Технические средства обучения: мультимедиа проектор Optoma X302 - 1 шт., экран проекционный Classic Solution - 1 шт. Учебно-наглядные пособия.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.
2	Молодежный, ауд. 318	"Специализированная мебель: стол преподавателя - 1 шт., стул преподавателя - 1 шт., столы ученические - 80 шт., стулья ученические - 160 шт., трибуна - 1 шт., доска меловая - 2 шт. Технические средства обучения: экран проекционный Classic Solution - 1 шт. Учебно-наглядные пособия."	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.

3	Молодежный, ауд. 422	<p>Специализированная мебель: стол - 14 шт., стул - 14 шт., трибуны настольные - 2 шт.</p> <p>Технические средства обучения: монитор TFT 19" LG - 1 шт., мультимедиа проектор Optoma X302 - 1 шт., принтер лазерный A4 HP LJ-1015 (14 ppm, 1200x1200 dpi, 16 Mb, USB) - 1 шт., принтер/сканер/копир LaserJet M1005 - 1 шт., проектор Epson EB-W12 - 1 шт., системный блок ВН-0015 iP2160 - 1 шт., системный блок Celeron D2,4 GHz /256Mb /80Gb /CD-RW - 1 шт.</p> <p>Учебно-наглядные пособия.</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome.</p>	<p>Аудитория для индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; аудитория для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>
---	----------------------	--	--

