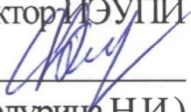


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.06.2022 09:58:55
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafbd

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.)

«26 » марта 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
«Маркетинг»

Направление подготовки (специальность) 38.03.02 Менеджмент

(уровень бакалавриата)

Форма обучения: очная, заочная
3 курс, 6 семестр / 3 курс

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

В связи с этим **задачами** курса «Маркетинг» являются:

- 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 38.03.02 Менеджмент. Дисциплина изучается в 6 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 - 4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ИД-2ОПК-4 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.	<p>Знать: инструментарий выявления и оценивания возможностей развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.</p> <p>Уметь: оценивать развитие организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.</p> <p>Владеть: методами выявления и оценивания возможностей развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.</p>
---------	---	---	---

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 5 з.е. - 180 часов

5.1. Объем дисциплины и виды учебной работы:

5.1.1. Очная форма обучения: Семестр – 6, вид отчетности – зачет (6 семестр).

Вид учебной работы	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц	Объем часов / зачетных единиц
	всего	6 семестр		
Общая трудоемкость дисциплины	180/5	180/5		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	76	76		
в том числе:				
Лекции (Л)	38	38		
Практические занятия (ПЗ)	38	38		
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	
Самостоятельная работа:	104	104		
Курсовой проект (КП) ¹	-	-	-	
Курсовая работа (КР) ²	-	-	-	
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-	-	
Реферат (Р)	-	-	-	
Эссе (Э)	-	-	-	
Контрольная работа				
Самостоятельное изучение разделов	52	52	-	
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	52	52		
Подготовка и сдача экзамена ²				
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	
Общая трудоемкость дисциплины	180/5	180/5	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	16	16	
в том числе:			
Лекции (Л)	8	8	
Практические занятия (СЗ)	8	8	

¹ На курсовой проект (работу) выделяется не менее одной зачётной единицы трудоёмкости (36 часов)

² На экзамен по дисциплине выделяется одна зачётная единица (36 часов)

Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Самостоятельная работа:	164	164	
Курсовой проект (КП) ³	-	-	
Курсовая работа (КР) ⁴	-	-	
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-	
Реферат (Р)	-	-	
Эссе (Э)	-	-	
Контрольная работа	50	50	
Самостоятельное изучение разделов	54	54	
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	60	60	
Подготовка и сдача экзамена ²			
Подготовка и сдача зачета	-	-	

³ На курсовой проект (работу) выделяется не менее одной зачётной единицы трудоёмкости (36 часов)

⁴ На экзамен по дисциплине выделяется одна зачётная единица (36 часов)

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.	лаборат. работы (ЛР)	самост. работа (СРС)	
1	2	3	4	5	6	7
6 семестр						
Раздел 1.	Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующегося рынка России.					задание на понимание терминов
Тема 1.	Понятие и содержание маркетинга, его возникновение, инструментарий маркетинга. Современные концепции маркетинга.	4	4		5	
Тема 2.	Принципы и функции маркетинга.	4	4		10	
Тема 3.	Изучение маркетинговой среды фирмы.	4	4		10	
Раздел 2.	Система маркетинговых исследований и её использование в специфических условиях России.					тестирование
Тема 4.	Сегментация рынка. Товарная политика.	4	4		10	
Тема 5.	Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.	4	4		15	
Тема 6.	Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.	4	4		14	
Тема 7.	Контроль и контроллинг в системе маркетинга.	4	4		10	
Тема 8.	Маркетинговые коммуникации (реклама, личные продажи, связи с общественностью (PR), стимулирование спроса).	4	4		15	
Тема 9.	Маркетинговые исследования и методика проведения маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы.	6	6		15	
	ИТОГО за 3 курс	38	38		104	зачёт
					180	

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
3 курс						
Раздел 1.	Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующегося рынка России.					Выполнение контрольной работы Зачет
Тема 1.	Понятие и содержание маркетинга, его возникновение, инструментарий маркетинга. Современные концепции маркетинга.	1	1		15	
Тема 2.	Принципы и функции маркетинга.	1	1		15	
Тема 3.	Методологические основы и методы маркетинговой деятельности. Изучение маркетинговой среды фирмы.	1	1		15	
Раздел 2.	Система маркетинговых исследований и её использование в специфических условиях России.					
Тема 4.	Сегментация рынка. Товарная политика.	1	1		20	
Тема 5.	Ценовая политика и ценообразование. Ценовые стратегии в маркетинге.	1	1		20	
Тема 6.	Система товародвижения в маркетинге. Организация сбытовой сети.	1	1		24	
Тема 7.	Маркетинговые коммуникации (реклама, личные продажи, связи с общественностью (PR), стимулирование спроса).	1	1		20	
Тема 8.	Маркетинговые исследования и методика проведения маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы.	1	1		35	
	ИТОГО за 3 курс	8	8		164	
					180	

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины⁵:

7.1.1. Основная литература:

1. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 5-е изд. . — Москва : Дашков и К, 2017. — 152 с. — ISBN 978-5-394-02732-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93471> (дата обращения: 19.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Дашков и К, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-394-00792-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93300> (дата обращения: 19.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Степанов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Степанов. — Великие Луки : ВЛГАФК, 2019. — 84 с. — ISBN 978-5-00150-333-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/151142> (дата обращения: 19.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.1.2. Дополнительная литература

1. Маракулина, И. В. Управление маркетингом (продвинутый уровень) : учебное пособие / И. В. Маракулина. — Киров : Вятская ГСХА, 2016. — 162 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156907> (дата обращения: 19.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Окладчик С.А Практикум по маркетингу для самостоятельной работы студентов по направлению подгот. 09.03.03 "Прикладная информатика", Иркутск : Иркутский ГАУ, 2015. - 158 с.

3. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01183-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107008> (дата обращения: 19.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Новичков, В. И. Управленческая экономика. Теория организации. Организационное поведение. Маркетинг : учебное пособие / В. И. Новичков, И. М. Виноградова, И. С. Кошель. — Москва : Дашков и К, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-02811-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/94047> (дата обращения: 19.01.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Учебное пособие по маркетингу [Электронный ресурс] : для студентов очн. и заочн. форм обучения направлений бакалавриата 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.05 "Бизнес-информатика", 09.03.03 "Прикладная информатика" / Иркут. гос. аграр. ун-т им. А. А. Ежевского ; сост. С. А. Окладчик. - Электрон. текстовые дан. - Иркутск : Изд-во ИрГАУ, 2019. - 107 с. - (Электронная библиотека ИрГАУ). - Загл. с титул. экрана. - Библиогр.: с. 106-107. - Б. ц.

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

Интернет – ресурсы:

1. www.esomar.org - Европейская Ассоциация маркетинга

⁵В рабочие программы вносятся литература из электронного каталога книгообеспеченности по ОП

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.

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

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Договор №, дата, организация
Лицензионное программное обеспечение		
1	Microsoft Windows 7	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
2	Microsoft Office 2010	
3	Kaspersky Business Space Security Russian Edition	
Свободно распространяемое программное обеспечение		
1	LibreOffice 6.3.3	
2	Adobe Acrobat Reader	
3	Mozilla Firefox 83.x	
4	Opera 72.x	
5	Google Chrome 86.x.	

8. 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, комплект учебной мебели для обучающихся на 64 места, трибуна 1 шт., <i>Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия.</i> мультимедиа проектор Optoma X302 1шт., доска 3-х элементная меловая 1шт.,	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
2.	учебная аудитория (ауд 318);	<i>Специализированная мебель:</i> комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 80 мест, трибуна 1 шт., <i>Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия,</i> 2 доски 3-х элементных меловых.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа
3	кафедра менеджмента, предпринимательства и экономической безопасности в АПК (ауд 422);	<i>Специализированная мебель:</i> комплект учебной мебели для преподавателей, Трибуны настольные 2 . <i>Технические средства обучения: Учебно-наглядные пособия,</i> Монитор TFT 19" LG Мультимедиа проектор Optoma X302 ;	Аудитория для индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;

		<p>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 ;</p>	<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>
4	Аудитория 303;	<p><i>Специализированная мебель:</i> столы, стулья <i>Технические средства обучения:</i> 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</p>	<p>аудитория для самостоятельной работы, для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>

Рейтинг-план дисциплины

3 курс, 6 семестр

Лекции –38 часов. Практические занятия – 38 часов. Зачет.
Текущие аттестации: задание на понимание терминов, тестирование

Распределение баллов по разделам (модулям) в 6 семестре

Раздел дисциплины	Максимальный балл	Сроки
Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующегося рынка России.	20	3 неделя
Система маркетинговых исследований и её использование в специфических условиях России.	40	18 неделя
ИТОГО	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 - 5
Посещение занятий	семестр	0 - 10
Внеаудиторная самостоятельная работа	семестр	0 –10
Участие в конференциях	одно участие	0 - 15
Итого		до 40
Экзамен		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 38.03.02 Менеджмент

Программу составил:

Окладчик Светлана Слександровна

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

Протокол № 7 от «26» марта 2021 г.

Заведующий кафедрой

Попова Ирина Владимировна

Согласовано:

Директор центра информационных технологий

_____ И.О. Фамилия

«__» _____ 202__ г.

Директор библиотеки

_____ М.З. Ерохина

«__» _____ 202__ г.