

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.08.2022 07:02:42  
Уникальный программный ключ:  
f7c6227919e44c93d3e0110101010101

**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  
Менеджмент, предпринимательство и экономическая безопасность в АПК

Утверждаю  
Директор  
института  
Барсукова М.Н.

---

(Подпись)  
25 марта 2022 г.

Рабочая программа дисциплины  
"Маркетинг"

Направление подготовки (специальность) 38.03.01 - Экономика .  
Направленность (профиль) Бухгалтерский учет и статистика  
(академический бакалавр)

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. ВИДЫ ЗАДАЧ

- аналитический
- организационно-управленческий
- расчетно-экономический

## 3. 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.

## 4. 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.
-------	---	---	---

## **5. 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.

**6. 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		

**ОчноЗаочная 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			

## 7. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

### 7.1. 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
<b>ИТОГО</b>		<b>14</b>	<b>30</b>	<b>64</b>
<b>Зачет</b>				
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>108</b>		

### 7.2. 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 методики проведения маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы.	1	1	15
<b>ИТОГО</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	<b>98</b>
<b>Зачет</b>				
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>108</b>		

### 7.3. 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
<b>ИТОГО</b>		<b>12</b>	<b>12</b>	<b>84</b>
<b>Зачет</b>				
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>108</b>		

## 8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

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

#### 8.1.1. 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, публик 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.

#### 8.1.2. 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.

## 8.2. 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.

## 8.3. 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	<p>Специализированная мебель: стол - 16 шт., лавки - 16 шт., трибуна - 1 шт., доска меловая - 1шт., стол преподавателя - 1 шт., стул преподавателя - 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: мультимедиа проектор Optoma X302 - 1 шт., экран проекционный Classic Solution - 1 шт.</p> <p>Учебно-наглядные пособия.</p>	<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p>

2	Молодежный, ауд. 318	<p>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.</p> <p>Технические средства обучения: экран проекционный Classic Solution - 1 шт.</p> <p>Учебно-наглядные пособия.</p>	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 А4 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, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	Аудитория для индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; аудитория для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

