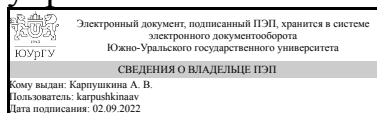


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления



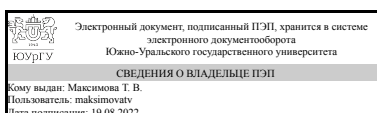
А. В. Карпушкина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Б.1.14 Маркетинг  
для направления 38.03.01 Экономика  
уровень бакалавр тип программы Академический бакалавриат  
профиль подготовки Финансы и кредит  
форма обучения заочная  
кафедра-разработчик Менеджмент

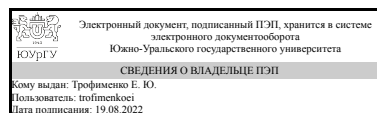
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.11.2015 № 1327

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.



Т. В. Максимова

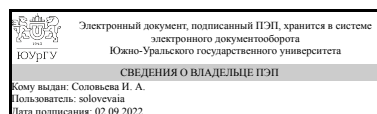
Разработчик программы,  
к.экон.н., доц., доцент



Е. Ю. Трофименко

СОГЛАСОВАНО

Зав.выпускающей кафедрой  
Экономика и финансы  
д.экон.н., доц.



И. А. Соловьева

## 1. Цели и задачи дисциплины

Посредством системы знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления студентов: - о маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей; - о направлениях и путях развития товарного рынка в России и за рубежом; - о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе.

## Краткое содержание дисциплины

Дисциплина нацелена на подготовку бакалавров к: - разработке и реализации маркетинговой стратегии организации; - участие в разработке и реализации комплекса маркетинговых мероприятий характера в соответствии со стратегией организации; - планированию деятельности отдела маркетинга; - организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных работ, связанных с маркетингом предприятия; - информационно-аналитической деятельности: - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия маркетинговых решений; - построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия маркетинговых решений, планирования деятельности и контроля; - создание и ведение клиентских баз данных; - оценка эффективности маркетинговых проектов; - подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	Знать: организационно-управленческие решения, применяемые в профессиональной деятельности; принципы организации маркетинга на предприятии; методы принятия управленческих решений.
	Уметь: находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; брать на себя ответственность за принятие организационно-управленческих решений, применяемые в профессиональной деятельности
	Владеть: методами принятия управленческих решений в профессиональной деятельности
ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать: знать базовые экономические понятия (спрос, предложение, цена, стоимость, товар, деньги, доходы, расходы, прибыль, риск, собственность, управление, рынок, фирма, государство), объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов (законы спроса и предложения, принципы ценообразования
	Уметь: уметь использовать понятийный аппарат

	экономической науки для описания экономических и финансовых процессов
	Владеть: владеть методами личного финансового планирования (бюджетирование, оценка будущих доходов и расходов, сравнение условий различных финансовых продуктов, управление рисками, применение инструментов защиты прав потребителя финансовых услуг)

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.08 Микроэкономика	Б.1.26 Бизнес-планирование

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Б.1.08 Микроэкономика	Знать основы принятия экономических решений на низшем уровне. Уметь собирать информацию для экономического анализа. Владеть навыками экономического анализа

### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12	
Лекции (Л)	8	8	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	96	96	
подготовка к тестам	33	33	
подготовка реферата	33	33	
Подготовка к зачету	30	30	
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	

### 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР

1	Основы маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.	1	1	0	0
2	Основные функции маркетинга	1	1	0	0
4	Сегментирование рынка	2	1	1	0
5	Комплекс маркетинга 4Р и 4С	1	1	0	0
6	Маркетинговая информация и исследование рынка	1	1	0	0
10	Установление цен на товары и услуги. Политика ценообразования.	2	1	1	0
13	Распределение товаров и услуг на рынке (розница, опт, сети, диллеры, франшиза).	2	1	1	0
16	Управление маркетинговой деятельностью предприятия.	2	1	1	0

### 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Основы маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.	1
2	2	Основные функции маркетинга.	1
4	4	Сегментирование рынка.	1
5	5	Комплекс маркетинга 4Р и 4С.	1
6	6	Маркетинговая информация и исследование рынка.	1
10	10	Установление цен на товары и услуги. Политика ценообразования.	1
13	13	Распределение товаров и услуг на рынке (розница, опт, сети, диллеры, франшиза).	1
16	16	Управление маркетинговой деятельностью предприятия.	1

### 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
4	4	Сегментирование рынка	1
10	10	Установление цен на товары и услуги. Политика ценообразования.	1
13	13	Распределение товаров и услуг на рынке (розница, опт, сети, диллеры, франшиза).	1
16	16	Управление маркетинговой деятельностью предприятия.	1

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
подготовка к реферату	Басовский, Л. Е. Маркетинг Текст учеб. пособие Л. Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 132, [1] с., В. И. Маркетинг Основы теории и практики Учеб. для вузов по экон. специальностям и	33

	направлениям В. И. Беляев. - М.: КноРус, 2005, И. Е. Введение в специальность "Маркетинг" Текст учеб. пособие И. Е. Варенцова ; под ред. А. И. Демченко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 69, [1] с. электрон. версия	
Подготовка к зачету	Басовский, Л. Е. Маркетинг Текст учеб. пособие Л. Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 132, [1] с., В. И. Маркетинг Основы теории и практики Учеб. для вузов по экон. специальностям и направлениям В. И. Беляев. - М.: КноРус, 2005, И. Е. Введение в специальность "Маркетинг" Текст учеб. пособие И. Е. Варенцова ; под ред. А. И. Демченко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 69, [1] с. электрон. версия	30
подготовка к тестам	Басовский, Л. Е. Маркетинг Текст учеб. пособие Л. Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 132, [1] с., В. И. Маркетинг Основы теории и практики Учеб. для вузов по экон. специальностям и направлениям В. И. Беляев. - М.: КноРус, 2005, И. Е. Введение в специальность "Маркетинг" Текст учеб. пособие И. Е. Варенцова ; под ред. А. И. Демченко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 69, [1] с. электрон. версия	33

## 6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Проблемная дискуссия	Практические занятия и семинары	Постановка проблемной ситуации из практики предприятия. Приведение фактических данных по текущей ситуации. Предложение решить ситуацию. Рассмотреть возможные альтернативные варианты решения.	4

## Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
Проблемная дискуссия	Особенности взаимодействия с потребителями посредством SMM

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

## 7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Все разделы	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	зачет	Задания контрольно-рейтинговых мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации
Все разделы	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	вопросы на зачет
Все разделы	ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	вопросы на зачет
Все разделы	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	тест (текущий контроль)	№№ 1-3
Все разделы	ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	тест (текущий контроль)	№№ 1-3
Все разделы	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	реферат (текущий контроль)	перечень тем
Все разделы	ОПК-4 способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	реферат (текущий контроль)	перечень тем

### 7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
--------------	-----------------------------------	---------------------

Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	3Промежуточная аттестация проводится в форме ответов по билетам по итогам освоения дисциплины. Основывается на всех разделах дисциплины. В билете 2 вопроса. Контрольные мероприятия промежуточной аттестации проводятся во время зачета. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). На ответы отводится 45 час. Правильный ответ на вопрос соответствует 20 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов за промежуточную аттестацию - 40 баллов.	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Итоговая оценка проставляется в ведомость, зачетную книжку и, в конечном итоге, в приложение к диплому	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
тест (текущий контроль)	В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов, формируемых компьютером самостоятельно - 20 Время, отводимое на тестирование 15 минут. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный ответ на вопрос соответствует 0,5 баллов. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов - 20 за тест раздела.	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
реферат (текущий контроль)	1. Правильность оформления и составления реферата (титульный лист, план реферата, введение, основная часть, заключение и выводы, список использованной литературы) – 4 2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие содержания теме и плану реферата – 2 б) полнота и глубина знаний по теме –4 в) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме) – 6 3. Ответы на контрольные вопросы – 4. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимальный балл за реферат - 20	Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равно 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %

### 7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Промежуточная аттестация (по итогам освоения дисциплины)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность маркетинга: цели и функции.</li> <li>2. Основные понятия маркетинга.</li> <li>3. Эволюция концепций управления маркетингом.</li> <li>4. Микросреда компании.</li> <li>5. Макросреда компании.</li> <li>6. Факторы, влияющие на покупательское поведение на потребительском рынке.</li> <li>7. Этапы процесса покупки на потребительском рынке.</li> <li>8. Рынок предприятий и основные характеристики.</li> <li>9. Осуществление закупок для нужд предприятия.</li> <li>10. Процесс проведения маркетингового исследования.</li> <li>11. Количественные методы проведения исследований.</li> <li>12. Качественные методы проведения исследований</li> <li>13. Признаки сегментирования и критерии сегментирования.</li> <li>14. Позиционирование товара.</li> <li>15. Мультиатрибутивная модель товара.</li> <li>16. Товары и классификация товаров.</li> <li>17. Использование товарного знака.</li> <li>18. Роль упаковки в маркетинге.</li> <li>19. Решения, принимаемые по товарному ассортименту.</li> <li>20. Сущность понятия «новый» товар.</li> <li>21. Этапы процесса разработки товара.</li> <li>22. Этапы жизненного цикла товара.</li> <li>23. Оценка конкурентоспособности товара.</li> <li>24. Факторы, влияющие на ценообразование.</li> <li>25. Понятие каналов распределения.</li> <li>26. Розничная торговля и маркетинговые решения, принимаемые розничными торговцами.</li> <li>27. Процесс коммуникаций.</li> <li>28. Основные средства маркетинговых коммуникаций.</li> <li>29. Внедрение системы маркетинга на предприятии.</li> <li>30. Маркетинговое планирование на предприятии.</li> </ol>
зачет	
тест (текущий контроль)	тест 3.DOC; тест 1.doc; тест 2.DOC
реферат (текущий контроль)	темы рефератов.docx

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : Экспресс-курс Текст Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. И. Малковой. - 3-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2010. - 479 с. ил.

#### б) дополнительная литература:

1. Академия рынка: Маркетинг Сборник: Пер. с фр. Науч. ред. А. Г. Худокормов. - М.: Экономика, 1993. - 571,[1] с. ил.
2. Армстронг, Г. Введение в маркетинг Пер. с англ. Г. Армстронг, Ф. Котлер; Под ред. Н. В. Шульпиной. - 5-е изд. - М. и др.: Вильямс, 2000. - 638 с.



в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг в России и за рубежом
2. Маркетинговые исследования в России
3. Секрет фирмы
4. Практический маркетинг

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Стукалов Д.В. Маркетинг. Методические рекомендации к самостоятельной работе
2. 4. Трофименко, Е. Ю. Маркетинг [Текст] метод. указания по практ. занятиям Е. Ю. Трофименко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 47, [2] с. электрон. версия

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Стукалов Д.В. Маркетинг. Методические рекомендации к самостоятельной работе
2. 4. Трофименко, Е. Ю. Маркетинг [Текст] метод. указания по практ. занятиям Е. Ю. Трофименко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Маркетинг и менеджмент ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2013. - 47, [2] с. электрон. версия

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Романов, А.А. Маркетинг. [Электронный ресурс] / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2012. — 440 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/3565">http://e.lanbook.com/book/3565</a> — Загл. с экрана.
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под редакцией А. Л. Абаева [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2021. — 433 с. — ISBN 978-5-394-04185-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/229427">https://e.lanbook.com/book/229427</a> (дата обращения: 19.08.2022).

### 9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	560 (2)	Компьютер, проектор, экран