

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Кафедра «Коммерции и организации экономической деятельности»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.12 Маркетинг**

**Направление подготовки:** 38.03.03 Управление персоналом

**Профиль подготовки:** Управление персоналом организации

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

## 1. Цели освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Маркетинг» является приобретение студентами необходимой квалификации для понимания сущности маркетинга, его роли и места в деятельности предприятия, в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия, руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг» включена в цикл профессиональных дисциплин вариативной части в качестве обязательной дисциплины. Требования к предшествующим знаниям представлены в таблице 2.1. Перечень дисциплин, для которых дисциплина «Маркетинг» является основополагающей, представлен в табл. 2.2.

**Таблица 2.1. Требования к пререквизитам дисциплины**

| Дисциплина           | Модуль         |
|----------------------|----------------|
| Экономическая теория | Рынки ресурсов |

**Таблица 2.2. Требования к постреквизитам дисциплины**

| Дисциплина                     | Модуль                                                        |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Исследование систем управления | 1. Система управления как объект исследования.                |
|                                | 2. Методологические подходы к исследованию систем управления. |
|                                | 3. Основные методы исследования систем управления.            |

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

**Таблица 3.1 – Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине и планируемых результатов освоения образовательной программы**

| Индекс и содержание компетенции                                                                                                                                         | Знания                                                                                                                                                     | Умения                                                                                                                                                  | Навыки и (или) опыт деятельности                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2 – знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умения их на практике | Этап 1: основ кадрового планирования и контроллинга; основ маркетинга персонала<br>Этап 2: методов разработки и реализации стратегии привлечения персонала | Этап 1: кадрового планирования и контроллинга; проведения маркетинга персонала<br>Этап 2: разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала | Этап 1: основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала<br>Этап 2: разработки и реализации стратегии привлечения персонала на практике |
| ПК-16 – владением навыками анализа и мониторинга                                                                                                                        | Этап 1: методов анализа и мониторинга конкурентоспособно                                                                                                   | Этап 1: анализировать и проводить мониторинга                                                                                                           | Этап 1: анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии                                                                                                  |

|                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умения применять их на практике                                                                                                    | сти<br>Этап 2: стратегии организации в области подбора и привлечения персонала                                                                                       | конкурентоспособности<br>Этап 2:<br>организовывать подбор персонала                                                                                                      | организации,<br>Этап 2: навыки подбора и привлечения персонала                                                                                                                               |
| ПК-26 – знанием основ проведения аудита и контроллинга персонала и умением применять их на практике, владением важнейшими методами экономического анализа трудовых показателей, методами бюджетирования затрат на персонал | Этап 1: основ проведения аудита и контроллинга персонала<br>Этап 2: важнейших методов экономического анализа трудовых показателей, бюджетирования затрат на персонал | Этап 1: проведения аудита и контроллинга персонала<br>Этап 2: применять важнейшие методы экономического анализа трудовых показателей и бюджетирования затрат на персонал | Этап 1: проведения аудита и контроллинга персонала и применения их на практике,<br>Этап 2: владения методами экономического анализа трудовых показателей и бюджетирования затрат на персонал |

#### 4. Объем дисциплины

Объем дисциплины «Маркетинг» составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов), распределение объема дисциплины на контактную работу обучающихся с преподавателем (КР) и на самостоятельную работу обучающихся (СР) по видам учебных занятий и по периодам обучения представлено в таблице 4.1.

**Таблица 4.1 – Распределение объема дисциплины  
по видам учебных занятий и по периодам обучения, академические часы**

| №<br>п/п | Вид учебных занятий                          | Итого КР | Итого СР | Семестр №5 |          | Семестр №6 |          |
|----------|----------------------------------------------|----------|----------|------------|----------|------------|----------|
|          |                                              |          |          | КР         | СР       | КР         | СР       |
| <b>1</b> | <b>2</b>                                     | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b>   | <b>6</b> | <b>7</b>   | <b>8</b> |
| 1        | Лекции (Л)                                   | 36       |          | 18         |          | 18         |          |
| 2        | Лабораторные работы (ЛР)                     |          |          |            |          |            |          |
| 3        | Практические занятия (ПЗ)                    |          |          |            |          |            |          |
| 4        | Семинары(С)                                  | 52       |          | 34         |          | 18         |          |
| 5        | Курсовое проектирование (КП)                 |          |          |            |          |            |          |
| 6        | Рефераты (Р)                                 |          |          |            |          |            |          |
| 7        | Эссе (Э)                                     |          |          |            |          |            |          |
| 8        | Индивидуальные домашние задания (ИДЗ)        |          | 10       |            | 8        |            | 2        |
| 9        | Самостоятельное изучение вопросов (СИВ)      |          | 51       |            | 30       |            | 21       |
| 10       | Подготовка к занятиям (ПкЗ)                  |          | 25       |            | 16       |            | 9        |
| 11       | Промежуточная аттестация                     | 6        |          | 2          |          | 4          |          |
| 12       | Наименование вида промежуточной аттестации ) | х        | х        | зачет      |          | экзамен    |          |
| 13       | Всего                                        | 94       | 86       | 54         | 54       | 40         | 32       |

## 5. Структура и содержание дисциплины

Структура дисциплины представлена в таблице 5.1.

**Таблица 5.1 – Структура дисциплины**

| №<br>п/п | Наименования разделов и тем                                              | Семестр | Объем работы по видам учебных занятий, академические часы |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | Коды формируемых компетенций |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------|-------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
|          |                                                                          |         | лекции                                                    | лабораторная работа | практические занятия | семинары | курсовое проектирование | рефераты (эссе) | индивидуальные домашние задания | самостоятельное изучение вопросов | подготовка к занятиям | промежуточная аттестация |                              |
| 1        | 2                                                                        | 3       | 4                                                         | 5                   | 6                    | 7        | 8                       | 9               | 10                              | 11                                | 12                    | 13                       | 14                           |
| 1.       | <b>Раздел 1.</b><br>Сущность и эволюция маркетинга                       | 5       | 6                                                         |                     | х                    | 14       | х                       | х               | 2                               | 10                                | 6                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 1.1.     | <b>Тема 1.</b><br>Процесс создания и донесения ценностей до потребителей | 5       | 2                                                         |                     | х                    | 2        | х                       | х               |                                 | 2                                 | 1                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 1.2.     | <b>Тема 2.</b><br>Маркетинговая среда. Анализ конкурентов                | 5       | 2                                                         |                     | х                    | 4        | х                       | х               |                                 | 2                                 | 2                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
|          | <b>Тема 3.</b><br>Стратегические корпоративные и маркетинговые решения   | 5       |                                                           |                     | х                    | 2        | х                       | х               |                                 | 2                                 | 1                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
|          | <b>Тема 4.</b><br>Поведение потребителей                                 | 5       |                                                           |                     | х                    | 2        | х                       | х               | 2                               | 2                                 | 1                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
|          | <b>Тема 5.</b><br>Целевые рынки.                                         | 5       | 2                                                         |                     | х                    | 4        | х                       | х               | 1                               | 2                                 | 1                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16                |

| №<br>п/п | Наименования разделов и тем                              | Семестр | Объем работы по видам учебных занятий, академические часы |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | Коды формируемых компетенций |
|----------|----------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------|-------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
|          |                                                          |         | лекции                                                    | лабораторная работа | практические занятия | семинары | курсовое проектирование | рефераты (эссе) | индивидуальные домашние задания | самостоятельное изучение вопросов | подготовка к занятиям | промежуточная аттестация |                              |
| 1        | 2                                                        | 3       | 4                                                         | 5                   | 6                    | 7        | 8                       | 9               | 10                              | 11                                | 12                    | 13                       | 14                           |
|          | Сегментация и позиционирование                           |         |                                                           |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | ПК-26                        |
| 2.       | <b>Раздел 2.</b><br>Инструменты маркетинга               | 5       | 4                                                         |                     | x                    | 8        | x                       | x               | 2                               | 8                                 | 4                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 2.1.     | <b>Тема 6.</b><br>Маркетинговые решения по товару        | 5       |                                                           |                     | x                    | 2        | x                       | x               | x                               | 2                                 | 1                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 2.2.     | <b>Тема 7.</b><br>Маркетинговые решения по цене          | 5       | 2                                                         |                     | x                    | 2        | x                       | x               | 2                               | 2                                 | 1                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 2.3.     | <b>Тема 8.</b><br>Маркетинговые решения по распределению | 5       |                                                           |                     | x                    | 2        | x                       | x               | x                               | 2                                 | 1                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 2.4.     | <b>Тема 9</b><br>Маркетинговые решения по коммуникациям  | 5       | 2                                                         |                     | x                    | 2        | x                       | x               | x                               | 2                                 | 1                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 3.       | <b>Раздел 3.</b><br>Управление маркетингом               | 5       | 8                                                         |                     | x                    | 8        | x                       | x               | 2                               | 8                                 | 4                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 3.1.     | <b>Тема10</b><br>Организация маркетинга                  | 5       | 2                                                         |                     | x                    |          | x                       | x               | x                               | 2                                 |                       | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 3.2.     | <b>Тема 11.</b><br>Маркетинговое                         | 5       |                                                           |                     | x                    |          | x                       | x               | 2                               | 2                                 |                       | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |

| №<br>п/п | Наименования разделов и тем                                    | Семестр | Объем работы по видам учебных занятий, академические часы |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | Коды формируемых компетенций |
|----------|----------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------|-------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
|          |                                                                |         | лекции                                                    | лабораторная работа | практические занятия | семинары | курсовое проектирование | рефераты (эссе) | индивидуальные домашние задания | самостоятельное изучение вопросов | подготовка к занятиям | промежуточная аттестация |                              |
| 1        | 2                                                              | 3       | 4                                                         | 5                   | 6                    | 7        | 8                       | 9               | 10                              | 11                                | 12                    | 13                       | 14                           |
|          | информационно-аналитическое обеспечение                        |         |                                                           |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          |                              |
| п/п      | Наименования разделов и тем                                    | Семестр | Объем работы по видам учебных занятий, академические часы |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | Коды формируемых компетенций |
|          |                                                                |         | лекции                                                    | лабораторная работа | практические занятия | семинары | курсовое проектирование | рефераты (эссе) | индивидуальные домашние задания | самостоятельное изучение вопросов | подготовка к занятиям | промежуточная аттестация |                              |
| 1        | 2                                                              | 3       | 4                                                         | 5                   | 6                    | 7        | 8                       | 9               | 10                              | 11                                | 12                    | 13                       | 14                           |
| 3.3.     | <b>Тема 12.</b><br>Маркетинговое планирование                  | 5       | 2                                                         |                     | x                    | 2        | x                       | x               | x                               | 2                                 | 2                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 3.4.     | <b>Тема 13.</b><br>Экономическая оценка маркетинга             | 5       |                                                           |                     | x                    | 2        | x                       | x               | x                               | 2                                 | 2                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 4.       | <b>Раздел 4.</b><br>Маркетинг в отраслях и сферах деятельности | 5       | 4                                                         |                     |                      | 4        |                         |                 | 2                               | 4                                 | 2                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 4.1.     | <b>Тема 14.</b><br>Международный маркетинг                     | 5       | 2                                                         |                     | x                    | 2        | x                       | x               | x                               | 2                                 | 1                     | x                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 4.2.     | <b>Тема 15.</b>                                                | 5       | 2                                                         |                     | x                    | 2        | x                       | x               | x                               | 2                                 | 1                     | x                        | ПК-2                         |

| №<br>п/п | Наименования разделов и тем                                      | Семестр | Объем работы по видам учебных занятий, академические часы |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | Коды формируемых компетенций |
|----------|------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------|-------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
|          |                                                                  |         | лекции                                                    | лабораторная работа | практические занятия | семинары | курсовое проектирование | рефераты (эссе) | индивидуальные домашние задания | самостоятельное изучение вопросов | подготовка к занятиям | промежуточная аттестация |                              |
| 1        | 2                                                                | 3       | 4                                                         | 5                   | 6                    | 7        | 8                       | 9               | 10                              | 11                                | 12                    | 13                       | 14                           |
|          | Маркетинг услуг.<br>Некоммерческий маркетинг                     |         |                                                           |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | ПК-16<br>ПК-26               |
|          | <b>Контактная работа</b>                                         | 54      | 18                                                        |                     |                      | 34       |                         |                 |                                 |                                   |                       | 2                        |                              |
|          | <b>Самостоятельная работа</b>                                    | 54      |                                                           |                     |                      |          |                         |                 | 8                               | 30                                | 16                    |                          |                              |
|          | <b>Объем дисциплины в семестре</b>                               | 108     | 18                                                        |                     |                      | 34       |                         |                 | 8                               | 30                                | 16                    | 2                        |                              |
| 5.       | <b>Раздел 5.</b><br>Современная концепция маркетинга.            | 6       | 4                                                         |                     | х                    | 6        | х                       | х               | х                               | 5                                 | 3                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 5.1.     | <b>Тема 16.</b><br>Современная концепция маркетинга.             | 6       | 2                                                         |                     | х                    | 2        | х                       | х               | х                               | 2                                 | 1                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 5.2.     | <b>Тема 17</b><br>Система маркетинговой деятельности предприятия | 6       | 2                                                         |                     | х                    | 2        | х                       | х               | х                               | 1                                 | 1                     | х                        | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 5.3.     | <b>Тема 18</b><br>Целевой маркетинг                              | 6       |                                                           |                     |                      | 2        |                         |                 |                                 | 2                                 | 1                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 6.       | <b>Раздел 6.</b><br>Основные направления маркетинговых           | 6       | 4                                                         |                     |                      | 4        |                         |                 |                                 | 6                                 | 2                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |



| №<br>п/п | Наименования разделов и тем                                           | Семестр | Объем работы по видам учебных занятий, академические часы |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | Коды формируемых компетенций |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------|-------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
|          |                                                                       |         | лекции                                                    | лабораторная работа | практические занятия | семинары | курсовое проектирование | рефераты (эссе) | индивидуальные домашние задания | самостоятельное изучение вопросов | подготовка к занятиям | промежуточная аттестация |                              |
| 1        | 2                                                                     | 3       | 4                                                         | 5                   | 6                    | 7        | 8                       | 9               | 10                              | 11                                | 12                    | 13                       | 14                           |
|          | исследований                                                          |         |                                                           |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          |                              |
| 6.1.     | <b>Тема 19.</b><br>Основные направления маркетинговых исследований    | 6       | 2                                                         |                     |                      | 2        |                         |                 |                                 | 2                                 | 1                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 6.2.     | <b>Тема 20.</b><br>Товарная политика предприятия                      | 6       |                                                           |                     |                      | 2        |                         |                 |                                 | 2                                 | 1                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 6.3.     | <b>Тема 21.</b><br>Ценовая политика предприятия                       | 6       | 2                                                         |                     |                      |          |                         |                 |                                 | 2                                 |                       |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 7.       | <b>Раздел 7.</b><br>Методы распределения товаров                      | 6       | 6                                                         |                     |                      | 4        |                         |                 |                                 | 6                                 | 2                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 7.1      | <b>Тема 22.</b><br>Методы распределения товаров                       | 6       | 2                                                         |                     |                      |          |                         |                 |                                 | 2                                 |                       |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 7.2.     | <b>Тема 23.</b><br>Маркетинговые коммуникации                         | 6       | 2                                                         |                     |                      | 2        |                         |                 |                                 | 2                                 | 1                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 7.3.     | <b>Тема 24.</b><br>Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на | 6       | 2                                                         |                     |                      | 2        |                         |                 |                                 | 2                                 | 1                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |

| №<br>п/п | Наименования разделов и тем                                                                     | Семестр | Объем работы по видам учебных занятий, академические часы |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | Коды формируемых компетенций |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|----------|-------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
|          |                                                                                                 |         | лекции                                                    | лабораторная работа | практические занятия | семинары | курсовое проектирование | рефераты (эссе) | индивидуальные домашние задания | самостоятельное изучение вопросов | подготовка к занятиям | промежуточная аттестация |                              |
| 1        | 2                                                                                               | 3       | 4                                                         | 5                   | 6                    | 7        | 8                       | 9               | 10                              | 11                                | 12                    | 13                       | 14                           |
|          | предприятия                                                                                     |         |                                                           |                     |                      |          |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          |                              |
| 8.       | <b>Раздел 8.</b><br>Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности предприятия | 6       | 4                                                         |                     |                      | 4        |                         |                 | 2                               | 4                                 | 2                     |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 8.1.     | <b>Тема 25.</b><br>Организация маркетинговой деятельности на предприятии                        | 6       | 2                                                         |                     |                      | 2        |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
| 8.2.     | <b>Тема 26.</b><br>Планирование на предприятии                                                  | 6       | 2                                                         |                     |                      | 2        |                         |                 |                                 |                                   |                       |                          | ПК-2<br>ПК-16<br>ПК-26       |
|          | <b>Контактная работа</b>                                                                        | 40      | 18                                                        | х                   | х                    | 18       |                         | х               | х                               |                                   |                       | 4                        | х                            |
|          | <b>Самостоятельная работа</b>                                                                   | 32      |                                                           | х                   | х                    |          |                         | х               | 2                               | 21                                | 9                     |                          | х                            |
|          | <b>Объем дисциплины в семестре</b>                                                              | 72      | 18                                                        | х                   | х                    | 18       |                         | х               | 2                               | 21                                | 9                     | 4                        | х                            |
|          | <b>Всего по дисциплине</b>                                                                      | 180     | 36                                                        |                     | х                    | 52       |                         | х               | 10                              | 51                                | 25                    | 6                        | х                            |

## 5.2. Содержание дисциплины

### 5.2.1 – Темы лекций

| № п.п.              | Наименование темы лекции                                       | Объем,<br>академические часы |
|---------------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Л-1                 | Процесс создания и донесения ценностей до потребителей         | 2                            |
| Л-2                 | Маркетинговая среда. Анализ конкурентов                        | 2                            |
| Л-3                 | Целевые рынки. Сегментация и позиционирование                  | 2                            |
| Л-4                 | Маркетинговые решения по цене                                  | 2                            |
| Л-5                 | Маркетинговые решения по коммуникациям                         | 2                            |
| Л-6                 | Организация маркетинга                                         | 2                            |
| Л-7                 | Маркетинговое планирование                                     | 2                            |
| Л-8                 | Международный маркетинг                                        | 2                            |
| Л-9                 | Маркетинг услуг. Некоммерческий маркетинг                      | 2                            |
| Л-10                | Современная концепция маркетинга                               | 2                            |
| Л-11                | Система маркетинговой деятельности предприятия                 | 2                            |
| Л-12                | Основные направления маркетинговых исследований                | 2                            |
| Л-13                | Ценовая политика предприятия                                   | 2                            |
| Л-14                | Методы распределения товаров                                   | 2                            |
| Л-15                | Маркетинговые коммуникации                                     | 2                            |
| Л-16                | Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии | 2                            |
| Л-17                | Организация маркетинговой деятельности на предприятии          | 2                            |
| Л-18                | Планирование на предприятии                                    | 2                            |
| Итого по дисциплине |                                                                | 36                           |

### 5.2.2.- Темы лабораторных работ

не предусмотрено рабочим учебным планом

### 5.2.3 – Темы практических занятий

не предусмотрено рабочим учебным планом

### 5.2.4 – Темы семинарских занятий

| № п.п. | Наименование темы занятия                              | Объем,<br>академические часы |
|--------|--------------------------------------------------------|------------------------------|
| С-1    | Процесс создания и донесения ценностей до потребителей | 2                            |
| С-2    | Маркетинговая среда. Анализ конкурентов                | 2                            |
| С-3    | Маркетинговая среда. Анализ конкурентов                | 2                            |
| С-4    | Стратегические корпоративные и маркетинговые решения   | 2                            |
| С-5    | Поведение потребителей                                 | 2                            |
| С-6    | Целевые рынки. Сегментация и позиционирование          | 2                            |
| С-7    | Целевые рынки. Сегментация и позиционирование          | 2                            |
| С-8    | Маркетинговые решения по товару                        | 2                            |
| С-9    | Маркетинговые решения по цене                          | 2                            |

|                     |                                                                |    |
|---------------------|----------------------------------------------------------------|----|
| С-10                | Маркетинговые решения по распределению                         | 2  |
| С-11                | Маркетинговые решения по коммуникациям                         | 2  |
| С-12                | Организация маркетинга                                         | 2  |
| С-13                | Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение          | 2  |
| С-14                | Маркетинговое планирование                                     | 2  |
| С-15                | Экономическая оценка маркетинга                                | 2  |
| С-16                | Международный маркетинг                                        | 2  |
| С-17                | Маркетинг услуг, Некоммерческий маркетинг                      | 2  |
| С-18                | Современная концепция маркетинга                               | 2  |
| С-19                | Система маркетинговой деятельности предприятия                 | 2  |
| С-20                | Целевой маркетинг                                              | 2  |
| С-21                | Основные направления маркетинговых исследований                | 2  |
| С-22                | Товарная политика предприятия                                  | 2  |
| С-23                | Маркетинговые коммуникации                                     | 2  |
| С-24                | Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии | 2  |
| С-25                | Организация маркетинговой деятельности на предприятии          | 2  |
| С-26                | Планирование на предприятии                                    | 2  |
| Итого по дисциплине |                                                                | 52 |

#### 5.2.5 Темы курсовых работ (проектов)

не предусмотрено рабочим учебным планом

#### 5.2.6 Темы рефератов

не предусмотрено рабочей программой

#### 5.2.7 Темы эссе

не предусмотрено рабочей программой

#### 5.2.8 Темы индивидуальных домашних заданий:

1. Модель покупательского поведения
2. Выбор методов ценообразования и установление окончательной цены
3. Требования, предъявляемые к информации
4. Внутренний и международный маркетинг, различия между ними

#### 5.2.9 – Вопросы для самостоятельного изучения

| № п.п. | Наименования темы                                      | Наименование вопроса                                       | Объем, академические часы |
|--------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 1.     | Процесс создания и донесения ценностей до потребителей | 1.Виды маркетинга. Особенности маркетинга в России.        | 2                         |
| 2.     | Маркетинговая среда. Анализ конкурентов                | 1.Факторы функционирования фирмы                           | 2                         |
| 3.     | Стратегические корпоративные и маркетинговые решения   | 1.Методология анализа конъюнктурных приоритетов маркетинга | 2                         |

|     |                                                       |                                                                                                                            |   |
|-----|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 4.  | Поведение потребителей                                | 1.Панельные исследования потребителей, торговли, рекламы                                                                   | 2 |
| 5.  | Целевые рынки. Сегментация и позиционирование         | 1.Понятие о комплексе маркетинговых инструментов (комплекс маркетинга): товар, цена, распределение, продвижение.           | 2 |
| 6.  | Маркетинговые решения по товару                       | 1.Сервисное обслуживание                                                                                                   | 2 |
| 7.  | Маркетинговые решения по цене                         | 1.Понятие демпинга.<br>2.Поддержание, повышение и снижение цен.                                                            | 2 |
| 8.  | Маркетинговые решения по распределению                | 1.Маркетинговая логистика, основные направления маркетинговой логистики, концепции маркетинговой логистики.                | 2 |
| 9.  | Маркетинговые решения по коммуникациям                | 1.Технология МПО. CRM-система.                                                                                             | 2 |
| 10. | Организация маркетинга                                | 1.Требования к специалистам маркетинга                                                                                     | 2 |
| 11. | Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение | 1.Качественные и мотивационные исследования.                                                                               | 2 |
| 12. | Маркетинговое планирование                            | 1.Независимый внешний аудит маркетинга                                                                                     | 2 |
| 13. | Экономическая оценка маркетинга                       | 1.Расчёт рентабельности инвестиций в маркетинг                                                                             | 2 |
| 14. | Международный маркетинг                               | 1.Развитие международного маркетинга                                                                                       | 2 |
| 15. | Маркетинг услуг, Некоммерческий маркетинг             | 1.Методика оценки качества SERVQUAL.                                                                                       | 2 |
| 16. | Современная концепция маркетинга                      | 1.Эволюция концепций управления на предприятии.                                                                            | 2 |
| 17. | Система маркетинговой деятельности предприятия        | 1. Цели и стратегии фирмы.<br>2. Разработка комплекса маркетинга на предприятии: товар, цена, распределение и продвижение. | 1 |
| 18. | Целевой маркетинг                                     | 1.Выбор целевых сегментов рынка.                                                                                           | 2 |
| 19. | Основные направления маркетинговых исследований       | 1. Процесс маркетинговых исследований.                                                                                     | 2 |
| 20. | Товарная политика                                     | 1.Организация сервиса и                                                                                                    | 2 |

|                     |                                                                |                                                                                                               |    |
|---------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|                     | предприятия                                                    | послепродажного обслуживания.                                                                                 |    |
| 21                  | Ценовая политика предприятия                                   | 1. Внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования                                                       | 2  |
| 22.                 | Методы распределения товаров                                   | 1.Прямой и косвенный сбыт                                                                                     | 2  |
| 23                  | Маркетинговые коммуникации                                     | 1.Реклама: цели, задачи, функции, средства распространения рекламной информации, методы формирования бюджета. | 2  |
| 24                  | Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии | 1. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии.                                            | 2  |
| 25                  | Организация маркетинговой деятельности на предприятии          | 1.Сущность концепции маркетинга                                                                               | 2  |
| 26                  | Планирование на предприятии                                    | 1.Основные положения бизнес плана                                                                             | 2  |
| Итого по дисциплине |                                                                |                                                                                                               | 51 |

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Основная литература**

- 1.Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник /С.А. Ким.- М.: «Дашков и К», 2015,-258с. (ЭБС « КнигаФонд»).
- 2.Морозов Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ю.В. Морозов.-М.: «Дашков и К», 2013,-148с. (ЭБС « КнигаФонд»).

### **6.2. Дополнительная литература**

1. Ларионов Г.В. Маркетинг[Электронный ресурс]: учебное пособие (в схемах)/ Г.В. Ларионов, Н.Н. Козленко,-.-М.: «Дашков и К», 2014,-106с. (ЭБС « КнигаФонд»).
2. Синяева И.М. Маркетинг услуг[Электронный ресурс]: учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова, - М.: «Дашков и К», 2014,-252с. (ЭБС « КнигаФонд»).

### **6.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины и другие материалы к занятиям**

- Электронное учебное пособие включающее:
- конспект лекций;
  - методические указания по выполнению семинарских работ.

### **6.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

- Электронное учебное пособие включающее:
- методические рекомендации для студентов по самостоятельной работе.

### **6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

1. Open Office
2. Google Chrome

...

#### **6.6 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система «КнигаФонд», «Лань»  
[http://e.lanbook.com/books/?p\\_f\\_1\\_65=4317&p\\_f\\_1\\_67=4321](http://e.lanbook.com/books/?p_f_1_65=4317&p_f_1_67=4321)
2. Универсальная библиотека ONLINE <http://biblioclub.ru/index.php?page=m>
3. Электронная библиотека Руконт <http://rucont.ru/>

7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Занятия лекционного типа проводятся в аудитории, оборудованной мультимедиапроектором, компьютером, учебной доской.

Занятия семинарского типа проводятся в аудиториях, оборудованных учебной доской, рабочим местом преподавателя (стол, стул), а также посадочными местами для обучающихся, число которых соответствует численности обучающихся в группе.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлен в Приложении 1.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом.

Разработала(и): \_\_\_\_\_ Г.Ф. Пустотина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и организации экономической деятельности

протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ О.Н. Аргунеева