

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»
кафедра Менеджмента и агробизнеса

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета технологического
предпринимательства


Сартакова О.А.

"22" 05 2022 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

Б1.О.1.19 Маркетинг

Учебный план	V38.03.02-22-1TM.plx	
Квалификация	38.03.02 Менеджмент Профиль Управление бизнесом бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамен - 5
контактная работа	85,25	
самостоятельная работа	94,75	
часы на контроль	18	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	16 5/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	24	32	24
Семинарские занятия	32	48	32	48
Консультации	3	5	3	5
Промежуточная аттестация	0,25	0,25	0,25	0,25
Итого ауд.	64,25	72,25	64,25	72,25
Контактная работа	67,25	77,25	67,25	77,25
Сам. работа	94,75	84,75	94,75	84,75
Часы на контроль	18	18	18	18
Итого	180	180	180	180

Кемерово 2022 г.

Программу составил(и):

Асс., Лебедев Виктория Алексеевна



Макаренко Т.В.



Рабочая программа дисциплины
Маркетинг

разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:

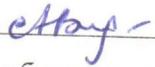
38.03.02 Менеджмент Профиль Управление бизнесом

утвержденного учёным советом вуза от 23.06.2022 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
менеджмента и агробизнеса

Протокол №1 от 31 августа 2022 г.

Срок действия программы: 2022-2026 уч.г.

Зав. кафедрой  Видякин А.В.

Рабочая программа одобрена и утверждена методической комиссией факультета технологического предпринимательства
Протокол №2 от 22 сентября 2022 г.

Председатель методической комиссии  Сартакова О.А.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры менеджмента и агробизнеса

подпись расшифровка

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: приобретение навыков формирования аналитико-прогностических моделей товарных рынков пищевой и перерабатывающей промышленности на основе автоматизированной обработки маркетинговой информации с целью принятия управленческих решений.

Задачи:

- формирование способности разработки опросных форм и выборки для проведения маркетингового исследования товарных рынков;
- формирование навыков применения статистических и экономико-математических методов для оценки динамики качественных и количественных показателей товарных рынков;
- формирование навыков стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- формирование способности анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Цикл (раздел) ОП:	
2.1	Входной уровень знаний:
2.1.1	Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для изучения дисциплины (модуля), определяется федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Акселератор "Создание и маркетинг инновационного продукта"
2.2.2	Стратегический менеджмент
2.2.3	Экономический анализ предприятий АПК
2.2.4	Основы экспортной деятельности в АПК

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-7.1: Формирует перечень информации и степень ее детализации о факторах маркетинговой микро- и макросреды, внутренних и внешних рынках сырья и инновационных технологий производства, хранения, логистики и сбыта продукции для организаций пищевой и перерабатывающей промышленности

Знать:

Уровень 1	статистические методы обработки маркетинговой информации, стандартные эконометрические методы и модели, специализированные и общие программы для оценки параметров моделей, используемые для установления взаимосвязей между группами переменных, статистически описывающих маркетинговую деятельность
-----------	--

Уметь:

Уровень 1	строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и интерпретировать полученные результаты
-----------	---

Владеть:

Уровень 1	навыками применения статистических, экономико-математических методов для оценки динамики количественных и качественных показателей товарных и сырьевых рынков и расчета влияния внутренних и внешних факторов на их значения
-----------	--

ПК-7.2: Осуществляет анализ, моделирование и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе данных, полученных из достоверных источников информации

Знать:

Уровень 2	методы формирования выборки, структуру формы и методику проведения наблюдения за поведением целевых потребителей, структуру вопросника, основные принципы проведения полевых работ и методику проведения опроса целевых потребителей, экспертов для проведения маркетингового исследования товарных рынков и рынков факторов производства, принципы подготовки данных к анализу, первичной обработки данных и проведения базовых операций анализа данных в соответствии с целью маркетингового исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности, методы проведения маркетинговых исследований, включая онлайн-сообщества, мобильные опросы, анализ социальных сетей, анализ текста, анализ больших данных
-----------	---

Уметь:

Уровень 2	формировать выборку, составлять форму для проведения наблюдения за поведением целевых потребителей с учетом требований релевантности и вопросник для выявления мнения целевых потребителей и экспертов товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой перерабатывающей промышленности исходя из целей маркетингового исследования
Владеть:	
Уровень 2	навыками формирования выборки в соответствии с целью маркетингового исследования и разработки опросных форм для исследователей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности
ПК-7.3: Формирует выборку в соответствии с целью маркетингового исследования и разрабатывает опросные формы для исследователей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности	
Знать:	
Уровень 3	типы и виды источников информации для проведения маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства, методику проведения качественного кабинетного маркетингового исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности
Уметь:	
Уровень 3	оценивать эффективность использования источников маркетинговой информации по критериям, применять методы проведения описательных исследований и методы прогнозирования сбыта продукции и рынков в соответствии с бизнес-ситуацией и целью маркетингового исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности
Владеть:	
Уровень 3	навыками анализа, моделирования и прогнозирования рынков факторов производства, продукции АПК и инновационных технологий в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе данных, полученных из достоверных источников информации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- статистические методы обработки маркетинговой информации, стандартные эконометрические методы и модели, специализированные и общие программы для оценки параметров моделей, используемые для установления взаимосвязей между группами переменных, статистически описывающих маркетинговую деятельность;
3.1.2	- методы формирования выборки, структуру формы и методику проведения наблюдения за поведением целевых потребителей, структуру вопросника, основные принципы проведения полевых работ и методику проведения опроса целевых потребителей, экспертов для проведения маркетингового исследования товарных рынков и рынков факторов производства, принципы подготовки данных к анализу, первичной обработки данных и проведения базовых операций анализа данных в соответствии с целью маркетингового исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности, методы проведения маркетинговых исследований, включая онлайн-сообщества, мобильные опросы, анализ социальных сетей, анализ текста, анализ больших данных;
3.1.3	- типы и виды источников информации для проведения маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства, методику проведения качественного кабинетного маркетингового исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности.
3.2	Уметь:
3.2.1	- строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и интерпретировать полученные результаты;
3.2.2	- формировать выборку, составлять форму для проведения наблюдения за поведением целевых потребителей с учетом требований релевантности и вопросник для выявления мнения целевых потребителей и экспертов товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой перерабатывающей промышленности исходя из целей маркетингового исследования;
3.2.3	- оценивать эффективность использования источников маркетинговой информации по критериям, применять методы проведения описательных исследований и методы прогнозирования сбыта продукции и рынков в соответствии с бизнес-ситуацией и целью маркетингового исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности.
3.3	Владеть:
3.3.1	- навыками применения статистических, экономико-математических методов для оценки динамики количественных и качественных показателей товарных и сырьевых рынков и расчета влияния внутренних и внешних факторов на их значения;
3.3.2	- навыками формирования выборки в соответствии с целью маркетингового исследования и разработки опросных форм для исследователей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности;

3.3.3	- навыками анализа, моделирования и прогнозирования рынков факторов производства, продукции АПК и инновационных технологий в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе данных, полученных из достоверных источников информации.
-------	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код зан.	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Уровень сформ-ти комп.	Акт. и инт. формы обуч-я.	Литература	Формы контроля
Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга								
1.1	1. Сущность и основные понятия маркетинга /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
1.2	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
1.3	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
1.4	2. Классификация, принципы и функции маркетинга /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
1.5	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

1.6	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
1.7	3. Концепции маркетинга. Программа маркетинга /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
1.8	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
1.9	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
1.10	4. Типы маркетинга по состоянию спроса. Маркетинговая среда (внешняя и внутренняя) /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
1.11	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

1.12	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
Раздел 2. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования								
2.1	5. Маркетинговая информация и маркетинговая информационная система /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
2.2	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
2.3	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
2.4	6. Маркетинговые исследования /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
2.5	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

2.6	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
2.7	7. Сегментирование рынка. Способы охвата рынка. Позиционирование /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
2.8	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
2.9	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
2.10	8. Поведение потребителей на рынке /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
2.11	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

2.12	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
2.13	/КРА/	5	0,25	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	
Раздел 3. Комплекс маркетинга								
3.1	9. Товарная политика /Лек/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
3.2	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
3.3	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
3.4	10. Ценовая политика /Лек/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
3.5	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

3.6	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
3.7	11. Сбытовая политика /Лек/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
3.8	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
3.9	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
3.10	12. Коммуникативная политика /Лек/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
3.11	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	1	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

3.12	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
Раздел 4. Управление маркетингом								
4.1	13. Организация службы маркетинга /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
4.2	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
4.3	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
4.4	14. Бюджет маркетинга /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
4.5	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

4.6	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
4.7	15. Планирование и контроль маркетинга /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
4.8	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
4.9	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
4.10	16. Маркетинговые стратегии /Лек/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Изучение лекционного материала
4.11	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	2	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование

4.12	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	5,75	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
4.13	17. Области применения маркетинга: Международный маркетинг, интернет- маркетинг, маркетинг услуг /Лек/	5	4	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Изучение лекционного материала
4.14	Собеседование, тестирование /Сем зан/	5	4	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Тест, собеседование
4.15	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой /Ср/	5	6,5	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1	Повторение лекционного материала, работа с вопросами для самопроверки, тестирование, работа с основной и дополнительной литературой
Раздел 5. Область применения маркетинга								
5.1	Консультации /Конс/	5	3	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Консультации
5.2	Экзамен /Экзамен/	5	18	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3	31,У1,В1; 32,У2,В2; 33,У3,В3		Л1.2 Л1.1Л2.1 Э1 Э2	Экзамен

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств представлен в приложении к рабочей программе.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**6.1 Перечень программного обеспечения**

Справочно-правовая система "Консультант Плюс"
 Adobe Acrobat Reader DC
 Архиватор 7-zip
 Браузер Mozilla Firefox

6.2 Перечень информационных справочных систем

ЭБС "Земля знаний"
 Федеральная служба государственной статистики
 "Консультант Плюс" - законодательство РФ

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер ауд.	Назначение	Оборудование и ПО	Вид занятия
2207	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	столы ученические – 15 шт., стол преподавателя – 2 шт., стулья – 22 шт., системный блок – 11 шт., монитор -11 шт., телевизор – 1 шт., аудиоколонки – 1 шт., доска маркерная меловая комбинированная 1 шт.	Самостоятельная работа
2205	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	столы ученические – 49 шт., стол преподавателя – 2 шт., стулья – 98 шт., тумбочка – 1 шт. ПК Системный блок GIGABYTE – 1 шт., монитор LG 19" – 1 шт., проектор NEC – 1 шт., экран 200*200 см – 1 шт., доска меловая – 1 шт., инсталляционная акустическая система – 4 шт., учебно-наглядные пособия.	Лекция, семинарские занятия

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**8.1. Рекомендуемая литература****8.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Резник Г. А.	Маркетинг: учебное пособие	Москва : ИНФРА-М, 2023
Л1.2	Нагапетьянц, Н. А.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебное пособие	Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022

8.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Токарев Б. Е.	Маркетинг инновационно-технологических стартапов v922: от технологии до коммерческого результата	Москва: Издательство "Магистр", 2019

8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭБС E-library		
Э2	ЭБС «Znanium»		

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по изучению дисциплины и выполнению самостоятельной работы по дисциплине "Маркетинг" для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент"

