

Рабочая программа утверждена
 решением Учёного совета
 ВФ НИТУ "МИСиС
 от «31» августа 2020г.
 протокол №1-20

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Маркетинг

| | |
|-------------------------|--|
| Закреплена за кафедрой | Гуманитарных и социально-экономических дисциплин |
| Направление подготовки | 38.03.01 Экономика |
| Профиль | Экономика предприятия |
| Квалификация | бакалавр |
| Форма обучения | очно-заочная |
| Общая трудоемкость | 4 ЗЕТ |
| Часов по учебному плану | 144 |
| в том числе: | Формы контроля в семестрах: |
| аудиторные занятия | экзамен – 6 семестр |
| самостоятельная работа | 36 |
| | 97 |
| часов на контроль | 9 |

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 6 (3.2) | | Итого | |
|---|----------------|-----|-------|-----|
| | 18 | | | |
| Неделя | уп | рп | уп | рп |
| Вид занятий | | | | |
| Лекции | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Практические | 16 | 16 | 16 | 16 |
| КСР | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Итого ауд. | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Контактная работа | 38 | 38 | 38 | 38 |
| Сам. работа | 97 | 97 | 97 | 97 |
| Часы на контроль | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Итого | 144 | 144 | 144 | 144 |

Программу составил(и):

дэн, Профессор, Лецинская А.Ф.

Рабочая программа

Маркетинг

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата) (приказ от 02.12.2015 г. № 602 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

38.03.01 Экономика, ЭК-20 ОчЗ.plx Экономика предприятия, утвержденного Ученым советом ВФ НИТУ "МИСиС" 27.02.2020, протокол № 5-20

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Гуманитарных и социально-экономических дисциплин

Протокол от 29.06.2020 г., №10

Зав. кафедрой Профессор, доктор экономических наук Лецинская А.Ф.

| 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ | | | | | | |
|--|--|----------------|-------|-------------|-------------------------------|------------|
| 1.1 | Цель - формирование необходимого объема знаний в области маркетинга, на основе которых принимаются решения в области финансово-хозяйственной деятельности организации. | | | | | |
| 1.2 | Задачи – научить: формировать рациональный ассортимент; | | | | | |
| 1.3 | управлять товародвижением, минимизировать потери товаров, затраты материальных и трудовых ресурсов; | | | | | |
| 1.4 | выявлять потребности покупателей товаров, формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций; | | | | | |
| 1.5 | анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка ИТ-продуктов и программного обеспечения; | | | | | |
| 1.6 | управлять ассортиментом ИТ- продуктов и программного обеспечения; | | | | | |
| 1.7 | организовывать, проводить маркетинговые исследования и оценивать их эффективность. | | | | | |
| 2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ | | | | | | |
| Цикл (раздел) ОП: | | Б1.Б | | | | |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: | | | | | |
| 2.1.1 | Экономика предприятия | | | | | |
| 2.1.2 | Микроэкономика | | | | | |
| 2.2 | Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: | | | | | |
| 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ | | | | | | |
| УК-8.1: умение проектировать и разрабатывать продукцию, процессы и системы, соответствующие профилю образовательной программы, выбирать и применять соответствующие методики проектирования и разработки, включая передовые методы и технологии | | | | | | |
| Знать: | | | | | | |
| УК-8.1-31 основные методы работы с информацией в глобальных компьютерных сетях; | | | | | | |
| УК-8.1-32 показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов; | | | | | | |
| УК-8.1-33 методику экономического анализа; | | | | | | |
| УК-8.1-34 основные формы отчетности предприятий различных форм собственности. | | | | | | |
| Уметь: | | | | | | |
| УК-8.1-У1 использовать данные, полученные в ходе маркетинговых исследований для формирования спроса и стимулирования сбыта продукции фирмы; | | | | | | |
| УК-8.1-У2 ставить и решать задачи операционного маркетинга; | | | | | | |
| УК-8.1-У3 использовать маркетинговый инструментарий для анализа внутренней и внешней маркетинговой среды | | | | | | |
| Владеть: | | | | | | |
| УК-8.1-В1 навыками поиска необходимой маркетинговой информации в различных источниках | | | | | | |
| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ | | | | | | |
| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература и эл. ресурсы | Примечание |
| | Раздел 1. Сущность, цели и задачи маркетинга. Процесс управления маркетингом | | | | | |
| 1.1 | Сущность, цели и задачи маркетинга. Процесс управления маркетингом /Лек/ | 6 | 2 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 1.2 | Проработка лекционного материала. Самостоятельное изучение литературы. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка рефератов /Ср/ | 6 | 18 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| | Раздел 2. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда | | | | | |
| 2.1 | Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда /Лек/ | 6 | 4 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 2.2 | Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации /Пр/ | 6 | 4 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |

| | | | | | | |
|-----|---|---|----|--------|-------------------------------|--|
| 2.3 | Проработка лекционного материала. Самостоятельное изучение литературы. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка рефератов /Ср/ | 6 | 19 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| | Раздел 3. Потребительские рынки. Сегментирование рынка. Товар как объект маркетинга. Разработка товара | | | | | |
| 3.1 | Потребительские рынки. Сегментирование рынка. Товар как объект маркетинга. Разработка товара /Лек/ | 6 | 4 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 3.2 | Маркетинговые исследования рынка /Пр/ | 6 | 4 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 3.3 | Проработка лекционного материала. Самостоятельное изучение литературы. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка рефератов /Ср/ | 6 | 20 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| | Раздел 4. Ценообразование в маркетинге. Методы распространения товаров. Продвижение товаров. | | | | | |
| 4.1 | Ценообразование в маркетинге. Методы распространения товаров. Продвижение товаров. /Лек/ | 6 | 4 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 4.2 | Цены и ценовая политика /Пр/ | 6 | 4 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 4.3 | Проработка лекционного материала. Самостоятельное изучение литературы. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка рефератов /Ср/ | 6 | 20 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| | Раздел 5. Стратегия коммуникаций и стимулирования. Формы коммуникации в маркетинге. Стратегия маркетинга, планирование и контроль | | | | | |
| 5.1 | Стратегия коммуникаций и стимулирования. Формы коммуникации в маркетинге. Стратегия маркетинга, планирование и контроль /Лек/ | 6 | 6 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 5.2 | Продвижение и основы коммуникативной политики /Пр/ | 6 | 4 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| 5.3 | Проработка лекционного материала. Самостоятельное изучение литературы. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка рефератов /Ср/ | 6 | 20 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |
| | Контроль | 6 | 9 | УК-8.1 | Л1.1 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 | |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ (Приложение)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
|------|------------------------|--------------------|---------------------|------------------------------|
| Л1.1 | под ред. В.П. Третьяка | Маркетинг: учебник | Электронный каталог | Москва Магистр: Инрф-М, 2016 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
|------|------------------------------------|--------------------|---|---------------------------|
| Л2.1 | Нуралиев С. У., Нуралиева Д. С. | Маркетинг: учебник | https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573174 | Москва: Дашков и К°, 2018 |

6.1.3. Методические разработки

| | Авторы, составители | Заглавие | Библиотека | Издательство, год |
|------|---------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
| ЛЗ.1 | Груздева О.А. | Маркетинг: Практикум | Методические пособия | Москва, 2004 |

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

| | | |
|----|--------------------------------|---|
| Э1 | Научная электронная библиотека | https://elibrary.ru |
| Э2 | Маркетинг: учебник | https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573172 |
| Э3 | Маркетинг: учебник | https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573437 |

6.3 Перечень лицензионного программного обеспечения

| | |
|-----|------------------------|
| П.1 | Windows 7 Professional |
| П.2 | Microsoft Office 2007 |
| П.3 | антивирусное ПО Dr.Web |
| П.4 | MS Teams |
| П.5 | LMS Canvas |

6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

| | |
|-----|--|
| И.1 | ООО НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА - https://elibrary.ru |
| И.2 | Электронная библиотечная система (ЭБС) – «Университетская библиотека онлайн» - http://biblioclub.ru |

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

| Ауд. | Назначение | Оснащение |
|------|--|---|
| 21 | Маркетинг | Для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, текущего контроля, индивидуальных консультаций, промежуточной аттестации, групповых консультаций: доска классическая, компьютер с доступом к сети "Интернет" (1 шт.), проектор (1 шт.), экран (1 шт.), рабочее место преподавателя, стол (16 шт.), стул (32 шт.) ПО:Windows 7 Professional, Microsoft Office 2007, антивирусное ПО Dr.Web, MS Teams, Visual Studio, комплект тематических презентаций |
| 6 | Маркетинг | Компьютеры, доступ к интернету |
| 46 | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся | Доска классическая, компьютер с доступом к сети "Интернет" (16 шт.), проектор (1 шт.), экран (1 шт.), рабочее место преподавателя, стол (16 шт.), стул (32 шт.) |

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Весь курс разделен на самостоятельные взаимосвязанные части, т.е. имеет модульное построение. Развитие самостоятельности обучающихся достигается индивидуализацией домашних заданий, отчетов по работам, задач и вопросов для внутрисеместрового контроля знаний. Это обеспечивается методическими разработками, существенно повышающими эффективность самостоятельной работы студентов.

Лекции проводятся с использованием мультимедийных технологий в специально оборудованных аудиториях, при этом лекционный материал демонстрируется с использованием графического редактора Power Point.

На практических занятиях и при выполнении домашних занятий осваиваются как классические методы решения задач, так и с использованием пакетов прикладных программ. Такая возможность обеспечивается рациональным использованием времени при проведении лекций и практических занятий с широким привлечением мультимедийной техники, и современных пакетов прикладных программ, а также формированием требований к подготовке студентов по предшествующим дисциплинам (математика, информатика, физика и др.) Отдельные учебные вопросы выносятся на самостоятельную проработку и контролируются посредством текущей аттестации. При этом организуются групповые и индивидуальные консультации.

Методические указания к оформлению домашних работ и лабораторных работы приведены в методическом пособии - №105 Правила оформления письменных работ мероприятий текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (заданий контроля самостоятельной работы студентов, отчетов по практикам, курсовых работ/проектов, научно-исследовательских работ) - Выкса 2020г http://elibrary.misis.ru/action.php?kt_path_info=ktcore.SecViewPlugin.actions.document&fDocument Id=12459 (НТБ МИСиС)