

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Комин Андрей Эдуардович
Должность: ректор
Дата подписания: 19.02.2024 14:43:27
Уникальный программный идентификатор:
f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования
«Приморская государственная сельскохозяйственная академия»

УТВЕРЖДАЮ

Декан института
повышения квалификации и
дополнительного профессиональ-
ного
образования

Г.Г. Колтун

«27» февраля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МАРКЕТИНГ

**Дополнительное образование – Профессиональная переподготовка по
программе «Экономика и управление на предприятии»**

Форма обучения – очная

1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины (модуля): формирование у обучающихся системы знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, как о наборе эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

- получение представления о маркетинге как о мировоззрении и культуре, философии и идеологии ведения бизнеса, позволяющем выявлять рыночные потребности и реализовывать концепции маркетинга;
- получение представления об основных принципах маркетинга, о комплексе маркетинга услуг и его составляющих;
- получение знаний основных принципов разработки стратегий и программ маркетинга;
- освоение количественных и качественных методик сбора информации о продуктах, рынках и различных рыночных субъектах;
- освоение организационных структур маркетинговой деятельности, направленных на удовлетворение рыночных потребностей;
- освоение основ управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением;
- умение принимать решения в меняющейся рыночной ситуации и аргументировать их.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

«Маркетинг» входит в модуль «Управление» программы профессиональной переподготовки.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, формируемые в процессе освоения дисциплины (модуля):

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).
- способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

знать:

- механизмы научного поиска, анализа, проведения экспериментов, организации опросов, составления анкет и т.п.;
- основы теории маркетинговой науки и область применения маркетинговых инструментов для решения поставленных экономических задач,

технологии планирования маркетинговых исследований и процедуру сбора информации о рынке и деятельности хозяйствующих субъектов.

уметь:

- вести поисковые исследования, используя свои способности, возможности, современные ресурсы, опирающиеся на реальные достижения науки, техники, технологий
- использовать систему знаний о принципах маркетинга для организации эффективной работы коммерческих предприятий в условиях рынка; применять инструменты современного маркетинга в различных сферах деятельности организаций

владеть:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 36 академических часа.

| Вид учебной работы | Очно | Заочно | Всего часов |
|--|-----------|--------|-------------|
| Контактная работа с преподавателем (всего) | 18 | | 18 |
| В том числе: | | | |
| Лекции | 8 | | 8 |
| Занятия семинарского типа, в том числе: | 10 | | 10 |
| Семинары (С) | | | |
| Практические занятия (ПЗ) | 10 | | 10 |
| Практикумы (П) | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | |
| Коллоквиумы (К) | | | |
| Иные аналогичные занятия | | | |
| Самостоятельная работа (всего) | 18 | | 18 |
| В том числе: | | | |
| Курсовой проект (работа) (КП (КР)) | | | |
| Расчетно-графические работы (РГР) | | | |
| Реферат (Р) | 4 | | 4 |
| Контрольная работа (К) | | | |
| Иные аналогичные занятия | 14 | | 14 |
| Контроль | | | |
| Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен) | Зачет | | Зачет |
| Общая трудоемкость часов | 36 | | 36 |

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины (модуля)

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|-------|--|---|
| 1 | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса | 1. Определение маркетинга как философии бизнеса. 2. Актуальное определение маркетинга. 3. Виды маркетинга и принципы организации маркетинговой деятельности в компании. 4. Функции маркетинговой деятельности компании. 5. Роль и значение маркетинга в компании и в рыночной экономике |
| 2 | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений | 1.Макросреда и микросреда маркетинга. 2.Сущность и последовательность SWOT – анализа 3.Цели и стратегии компании |
| 3 | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования | 1.Структура маркетинговой информационной системы (МИС). 2. Система маркетинговых исследований. 3. Типы маркетинговых исследований. 4. Сбор информации и оценка маркетинговой среды. 5. Качественные и количественные методики маркетинговых исследований. |
| 4 | Тема 4. Маркетинг-ориентированное планирование | 1. Стратегический подход к управлению маркетингом в компании. 2.Процесс разработки маркетинговых стратегий. 3.Планы и программы маркетинга как инструменты тактического планирования. Назначение, структура плана маркетинга. 3.Маркетинговый контроль: сущность, виды. |
| 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка | 1.Понятие сегментации рынка 2.Выбор целевых сегментов рынка 3.Сегментирование потребительских рынков. 4.Сегментирование рынка товаров промышленного назначения. |

5.2 Разделы дисциплины (модуля) и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Лекции | Занятия семинарского типа | | | | | Самостоятельная работа | Всего часов |
|-------|--|--------|---------------------------|----------------------|-----------|---------------------|------------|------------------------|-------------|
| | | | Семинары | Практические занятия | Практикум | Лабораторные работы | Коллоквиум | | |
| 1. | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса | 2 | | 2 | | | | 4 | 8 |
| 2. | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений | 2 | | 2 | | | | 4 | 8 |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|----|--|--|--|----|----|
| 3. | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования | 1 | 2 | | | | 3 | 6 |
| 4 | Тема 4. Маркетинг- ориентированное планирование | 1 | 2 | | | | 3 | 6 |
| 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка | 2 | 2 | | | | 4 | 8 |
| | Итого | 8 | 10 | | | | 18 | 36 |

5.3 Разделы дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями) (заполняется по усмотрению преподавателя)

| № п/п | Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин (модулей) | Номера разделов данной дисциплины (модуля), необходимые для освоения обеспечиваемых (последующих) дисциплин (модулей) | | | | | | | | |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | ... |
| Предшествующие дисциплины (модули) | | | | | | | | | | |
| 1. | Модуль «Экономика» | Все разделы модуля | | | | | | | | |

6 Методы и формы организации обучения

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах

| Формы Методы | Семинарские занятия (час) | | Всего |
|-----------------------------|---------------------------|---------------|-------|
| | в команде | индивидуально | |
| Решение ситуационных задач | 2 | | 2 |
| Решение кейсов | 2 | | 2 |
| Итого интерактивных занятий | 4 | | 4 |

6.1 Применение активных и интерактивных методов обучения

| № п/п | Форма занятия | Тема занятия | Наименование используемых интерактивных методов | Количество часов |
|-------|---------------------|--|--|------------------|
| 1. | Семинарское занятие | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений | Неигровые имитационные методы (ситуационная задача, групповая дискуссия) | 2 |
| 2. | | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования | Неигровые имитационные методы (метод кейсов, групповая дискуссия) | 2 |

7 Лабораторный практикум (не предусмотрен)

8 Семинарские занятия

| № п/п | № раздела дисциплины (модуля) из таблицы 5.1 | Тематика семинарских занятий | Трудоемкость (час.) |
|-------|--|------------------------------|---------------------|
| | | | |

| | | | |
|----|----|--|---|
| 1. | 1. | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса | 2 |
| 2. | 2. | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений | 2 |
| 3. | 3. | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования | 2 |
| 4 | 4 | Тема 4. Маркетинг- ориентированное планирование | 2 |
| 5 | 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка | 2 |

9 Самостоятельная работа

| № п/п | № раздела дисциплины (модуля) | Содержание самостоятельной работы (детализация) | Трудоемкость (час.) | Контроль выполнения (опрос, тест, и т. д.) |
|-------|-------------------------------|--|---------------------|--|
| 1. | 1. | Тема 1. Маркетинг философия современного бизнеса Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Подготовка реферата | 4 | Опрос (устно). Реферат (письменно) |
| 2. | 2. | Тема 2. Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата | 4 | Опрос (устно). Задачи (презентация) Реферат (письменно) Тест (письменно). |
| 3. | 3. | Тема 3. Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования. Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата | 3 | Опрос (устно). Задачи(презентация) Реферат (письменно) Тест (письменно). |
| 4 | 4 | Тема 4. Маркетинг- ориентированное планирование Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата. Решение теста | 3 | Опрос (устно). Задачи(презентация) Реферат (письменно) |
| 5 | 5 | Тема 5. Выбор целевого рынка Подготовка к семинару (ответы на вопросы к семинару). Решение ситуационных задач. Подготовка реферата. | 4 | Проверка домашнего задания (подготовка рефератов) |

10 Примерная тематика курсовых проектов (работ) (не предусмотрено)

11 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

11.1 Основная литература

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2019. — 559 с. — ISBN 978-5-534-05818-5. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431782> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст: электронный.
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2021. — 419 с. — ISBN 978-5-534-13841-2. — URL: <https://urait.ru/bcode/468861> (дата обращения: 25.06.2021). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст: электронный.
3. Маркетинг : учебник и практикум / Л. А. Данченко [и др.] ; под ред. Л. А. Данченко. — М.: Юрайт, 2021. — 486 с. — ISBN 978-5-534-01560-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736> (дата обращения: 25.06.2021). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.

11.2 Дополнительная литература

1. Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник и практикум / Н. В. Акканина [и др.]; под ред. Н. В. Акканиной. — М.: Юрайт, 2017. — 314 с. - ISBN 978-5-534-03123-2.
2. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум / Н. В. Суркова [и др.] ; под ред. Н. В. Сурковой. — М.: Юрайт, 2019. — 314 с. — ISBN 978-5-534-03123-2. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433025> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.
3. Маркетинг. Практикум : учеб. пособие / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М.: Юрайт, 2019. — 325 с. — ISBN 978-5-9916-8852-9. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432769> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.
4. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум / И. В. Липсиц [и др.]; под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М. : Юрайт, 2019. — 379 с. — ISBN 978-5-534-01165-4. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432976> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.
5. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / А.Б. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 336 с. - ISBN 978-5-16-003647-2.

11.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

1. Федорева О.Е. Маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика/ сост. О.Е. Федорева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. — Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2021. — 30 с.
2. Федорева О.Е. Маркетинг: методические указания по выполнению контрольной работы обучающимися по направлению подготовки 38.03.01 Экономика / сост. О.Е. Федорева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. — Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2021. — 17 с.

11.4 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

MS Windows XP
 MS Windows 7
 MS Office 2007
 Adobe Acrobat Reader DC
 Антивирус Касперского
 Google Chrome
 Mozilla Firefox

11.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ. Сайт позволяет ознакомиться с законодательством РФ (с комментариями), а также с новостями органов государственной власти РФ.

2. <http://www.consultant.ru> – Общероссийская сеть распространения правовой информации «Консультант Плюс». Содержит онлайн-версии систем; графические копии документов; обзоры законодательства; полезные ссылки.

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы |
|--|---|
| 692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а Аудитория № 1 Лекционная. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа | Комплект мебели учебной. Доска аудиторная меловая в комплекте. Ноутбук Samsung R530 15,6 -1 шт. Экран Matt White 119 274×155 см настенно – потолочный горизонтальный -1 шт. Мультимедийный проектор Epson EB-2140W -1 шт. – стационарного типа. |
| 692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а Кабинет №113. Аудитория для практических занятий дисциплин гуманитарно-экономического блока Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Комплект специальной учебной мебели. (26 посадочных мест). Доска аудиторная меловая. Мультимедийное оборудование: стационарного типа (проектор Optoma DX 302 DLP – стационарный; экран настенный 213*213 см Draper Luma); переносного типа (Ноутбук 15,6" Lenovo B590). |
| 692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а | Комплект специализированной мебели, 17 ПК (Celeron D, Amd E350, Pentium G870, Intel Core 2 Duo) |

| | |
|---|---|
| <p>Читальный зал Аудитория для самостоятельной работы</p> | <p>принтер, сканер. Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в ЭБС издательства «Лань»; обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ФГОУ ВО Приморская ГСХА; в электронную библиотеку методических материалов ФГОУ ВО Приморская ГСХА</p> |
|---|---|

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (является отдельным документом).

14. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Федореева О.Е. Маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика/ сост. О.Е. Федореева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2021. – 30 с.

15. Особенности реализации дисциплины (модуля) для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

15.1 Наличие соответствующих условий реализации дисциплины (модуля).

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления дисциплина (модуль) реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояний здоровья (далее – индивидуальных особенностей). Обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения индивидуального и коллективного пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа к зданиям и помещениям где проходят занятия, другие условия, без которых невозможно или затруднено изучение дисциплины (модуля).

15.2 Обеспечение соблюдения общих требований.

При реализации дисциплины (модуля) на основании письменного заявления обучающегося, обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение занятий-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, имеющими ограниченные возможности здоровья, если это не создает трудности для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего (их) обучающимся необходимую юридическую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании их письменного заявления; пользование обучающимися техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

15.3 Доведение до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме всех локальных нормативных актов ФГБОУ ВО Приморская ГСХА по вопросам реализации образовательной программы.

Локальные нормативные акты ФГБОУ ВО Приморская ГСХА по вопросам реализации данной образовательной программы доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

15.4 Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, на компьютере, в форме тестирования и т.д.). Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья. Продолжительность подготовки обучающегося к ответу увеличивается не менее чем на 0,5 часа.

Лист регистрации изменений

| № п/п | Дата внесения изменений | Содержание изменений № приказа, дата | Основание изменений |
|-------|-------------------------|---|---------------------|
| ... | | | |

Дополнения и изменения одобрены на заседании кафедры _____
(полное наименование кафедры)

«__» _____ 20__ г., протокол № __.

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

Внесенные изменения утверждаю «__» _____ 20__ г.

Декан института _____
(полное наименование института)
