

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Таганрогского института  
имени А.П. Чехова (филиала)  
РГЭУ (РИНХ)  
\_\_\_\_\_ Голобородько А.Ю.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Рабочая программа дисциплины  
Маркетинг**

направление 38.03.02 Менеджмент  
направленность (профиль) 38.03.02.01 Управление малым бизнесом

Для набора \_\_\_\_\_ года

Квалификация  
бакалавр

**КАФЕДРА экономики и гуманитарно-правовых дисциплин****Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	2		3		Итого	
	УП	РП	УП	РП		
Лекции	4	4			4	4
Практические	4	4	8	8	12	12
Итого ауд.	8	8	8	8	16	16
Контактная работа	8	8	8	8	16	16
Сам. работа	64	64	55	55	119	119
Часы на контроль			9	9	9	9
Итого	72	72	72	72	144	144

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.04.2022 протокол № 9/1.

Программу составил(и): канд. пед. наук, Доц., Федорцова С.С. \_\_\_\_\_

Зав. кафедрой: Майорова Л.Н. \_\_\_\_\_

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения учебной дисциплины: 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. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-17:</b> способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
<b>ОК-3:</b> способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
принципы принятия управленческих решений; исследования внешней и внутренней среды предприятия, маркетинговый подход к ценообразованию и основным ценовым стратегиям; процессы маркетингового планирования и контроля, методы и процессы продвижения товара.
<b>Уметь:</b>
ориентироваться в ситуации при принятии управленческих решений; строить дерево целей маркетинга; определять жизненный цикл и составлять маркетинговый план и программу маркетинг-аудит; применять методы маркетинговых исследований товара, потребителя, конкурентов;
<b>Владеть:</b>
навыками принятия управленческих решений и учитывать их последствия; основными маркетинговыми инструментами и методами управления предприятием и рынком и основными методами маркетинговых исследований; содержанием основных маркетинговых стратегий.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Модуль 1. «Управление маркетингом»</b>				
1.1	Тема 1.1. Концепции управления маркетингом. 1. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) 2. Маркетинг – менеджмент /Лек/	2	2	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
1.2	Тема 1.1. Сегментация рынков различных видов продукции 1. Понятие и сущность сегментирования 2. Этапы сегментирования 3. Виды сегментации 4. Критерии сегментации рынка 5. Стратегия и возможности сегментации рынка 6. Понятие сегмента и ниши рынка 7. Множественная сегментация 8. Выбор целевых сегментов /Пр/	2	2	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
1.3	Работа с литературой по теме 1.1. /Ср/	2	34	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
	<b>Раздел 2. Модуль 2 «Комплекс маркетинга»</b>				
2.1	Тема 2.1. Разработка и вывод товаров на рынок. Жизненный цикл товара. /Лек/	2	2	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.2	Тема 2.1. Проведение полевых маркетинговых исследований /Пр/	2	2	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.3	Работа с литературой по теме 2.1. /Ср/	2	30	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.4	Работа с литературой по теме 2.2. /Ср/	3	10	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1

2.5	Тема.2.3. Задачи политики ценообразования. Виды цен в маркетинге Подготовка материала для семинарского занятия по заданной теме. /Пр/	3	4	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.6	Работа с литературой по теме 2.3. /Ср/	3	10	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.7	Тема 2.4. Маркетинговые коммуникации. Стратегии стимулирования сбыта Подготовка материала для семинарского занятия по заданной теме. /Пр/	3	4	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.8	Работа с литературой по теме 2.4. /Ср/	3	14	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.9	Проведение полевого исследования рынка /Ср/	3	21	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1
2.10	/Экзамен/	3	9	ПК-17 ОК-3	Л1.1Л2.2 Л2.1

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Морозов Ю. В.	Основы маркетинга: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2018	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573185">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573185</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Годин А. М.	Брендинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2016	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453899">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453899</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Панкрухин А.П.	Маркетинг: Учеб. для высш. учеб. заведений по курсу "Маркетинг"	М.: Ин-т междунар. права и экономики, 1999	0

##### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- <http://ek-lit/agava.ru> – на сайте размещены ссылки на веб-страницы содержащие информацию по экономике и управлению на предприятиях, переходной экономике и т.п.
- <http://eur.ru> – размещена бесплатная электронная библиотека (монографии, диссертации, книги, статьи, деловые новости, конспекты лекций, рефераты, учебники). Тематика: экономический анализ, экономика, экономика малого бизнеса, менеджмент, маркетинг и т.д.
- [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – сайт Госкомстата России.
- [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – сайт информационного агентства «Росбизнесконсалтинг».
- <http://www.aup.ru/economics> – Экономическая страница административно-управленческого портала, на которой помещены тексты учебников и экономических статей.
- <http://ecsosman.edu.ru> – федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» на котором имеются материалы экономического содержания.
- <http://www.gaudeamus.omskcity.com/> - электронные библиотеки России

##### 5.4. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

**5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.