

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Котова Лариса Анатольевна
Должность: Директор филиала
Дата подписания: 16.09.2023 10:35:33
Уникальный программный ключ:
10730ffe6b1ed036b744b6a9d97700b86e5c04a7

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»
Новотроицкий филиал

Аннотация рабочей программы дисциплины

Маркетинг

Закреплена за подразделением Кафедра гуманитарных и социально-экономических наук (Новотроицкий филиал)

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	180	Формы контроля в семестрах: экзамен 5
в том числе:		
аудиторные занятия	68	
самостоятельная работа	76	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	34	34	34	34
В том числе инт.	16	16	16	16
Итого ауд.	68	68	68	68
Контактная работа	68	68	68	68
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Цель: помочь обучающимся освоить философию бизнеса в условиях рынка, ознакомить с приемами активной деятельности на рынке, ознакомить с методами системного решения вопросов производства и реализации товаров, гибкого приспособления к изменениям рынка, дифференцированного подхода к потребителям.
1.2	Задачи изучения дисциплины:
1.3	- научить получать маркетинговую информацию;
1.4	- проводить маркетинговые исследования;
1.5	- проводить маркетинговый анализ деятельности предприятия;
1.6	- научить использованию маркетингового инструмента.

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.Б
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-3: Способен осуществлять коммерческую деятельность организации в соответствии с действующим законодательством, используя базовые знания маркетинга, а также современные способы продвижения продукции, в т.ч. в социальных сетях, оценивать эффективность каналов сбыта, оптимизировать деятельность в соответствии с целями организации

Знать:

ПК-3-32 понятия и категории маркетинга; роль маркетинга как одной из ведущих функций управления.

ПК-3-31 цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга; методы анализа продукции, процессов и систем.

Уметь:

ПК-3-У2 использовать маркетинговые знания при проектировании и разработке продукции, процессов и систем; применять маркетинговые методики в профессиональной деятельности.

ПК-3-У1 применять методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации; анализировать продукцию, процессы и системы.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	Раздел 1. Теоретические основы маркетинга							
1.1	Эволюция рынка и концепции маркетинга. Типы и виды маркетинга. Маркетинг как функция управления. /Лек/	5	6	ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л3.1 Э1 Э2 Э3			

1.2	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Эволюция рынка и концепции маркетинга. /Ср/	5	2	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
1.3	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Типы и виды маркетинга. /Ср/	5	8	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3			
	Раздел 2. Система маркетинговой информации, анализ рыночных возможностей предприятия							
2.1	Система маркетинговой информации. Анализ рыночных возможностей предприятия /Лек/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
2.2	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Система маркетинговой информации. /Ср/	5	2	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3			
2.3	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas.Эволюция рынка и концепции маркетинга. /Ср/	5	2	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3			

2.4	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Маркетинг как функция управления. /Ср/	5	2	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3			
2.5	Эволюция рынка и концепции маркетинга. Типы и виды маркетинга. Маркетинг как функция управления. Система маркетинговой информации. Анализ рыночных возможностей предприятия /Пр/	5	10	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3	семинар-дискуссия		
	Раздел 3. Стратегические решения в маркетинге							
3.1	Особенности покупательского поведения потребителя. Потребитель продукции предприятия. /Лек/	5	6	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
3.2	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas. Особенности покупательского поведения потребителя. /Ср/	5	2	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
3.3	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Потребитель продукции предприятия. /Ср/	5	2	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			

3.4	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Личные и психологические факторы поведения покупателя. /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3				
3.5	Сегментирование рынка. Позиционирование рынка. Сегментирование рынка. /Лек/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3				
3.6	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Выбор целевых сегментов рынка. /Ср/	5	8	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3				
3.7	Особенности покупательского поведения потребителя. Потребитель продукции предприятия. Сегментирование рынка. Позиционирование рынка. /Пр/	5	12	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3	семинар-дискуссия			
Раздел 4. Оперативный маркетинг									
4.1	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Разработка товара. /Ср/	5	8	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3				

4.2	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Товарная политика предприятия. /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
4.3	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas.Методы и стратегии ценообразования в маркетинге. /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
4.4	Разработка товара. Товарная политика предприятия. Методы и стратегии ценообразования в маркетинге. /Лек/	5	8	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
4.5	Методы распространения товаров. Методы продвижения товаров. /Лек/	5	6	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
4.6	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Методы распространения товаров. /Ср/	5	8	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			

4.7	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Методы продвижения товаров. /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
4.8	Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Закон РФ "О защите прав потребителей". /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3			
4.9	Разработка товара. Товарная политика предприятия. Методы и стратегии ценообразования в маркетинге. Методы распространения товаров. Методы продвижения товаров. /Пр/	5	12	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3	Семинар дискуссия		
4.10	Подготовка контрольной работы /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3			Р1
4.11	Подготовка к защите контрольной работы /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3			Р1
4.12	Подготовка к экзамену /Ср/	5	4	ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3			

4.13	Экзамен /Экзамен/	5	36	ПК-3-32 ПК-3- У1 ПК-3-У2 ПК-3-31	Э1 Э2 Э3		КМ1	
------	-------------------	---	----	--	----------	--	-----	--