

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Котова Лариса Анатольевна
Должность: Директор филиала
Дата подписания: 17.01.2023 11:15:05
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 Прикладная экономика и финансы

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

| | | |
|-------------------------|-----|--|
| Часов по учебному плану | 108 | Формы контроля в семестрах: зачет 6 |
| в том числе: | | |
| аудиторные занятия | 20 | |
| самостоятельная работа | 88 | |

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 6 (3.2) | | Итого | |
|---|---------|-----|-------|-----|
| | 16 2/6 | | | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Практические | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Итого ауд. | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Контактная работа | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Сам. работа | 88 | 88 | 88 | 88 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

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.О |
| 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 | Интернет-маркетинг в бизнесе | |
| 2.2.2 | Цифровой маркетинг и социальные сети | |
| 2.2.3 | Выполнение 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/ | 6 | 2 | 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 Л1.9Л2.1 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 | | | |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---------------------------------|--|--|--|--|
| 1.2 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Эволюция рынка и концепции маркетинга. /Ср/ | 6 | 4 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 8 | 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 Л1.9Л2.1 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/ | 6 | 2 | 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 Л1.9Л2.1 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/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 6 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 2 | 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 Л1.9Л2.1 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/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 4 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 4 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 2 | 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 Л1.9Л2.1 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 | Особенности покупательского поведения потребителя. Потребитель продукции предприятия. Сегментирование рынка. Позиционирование рынка. /Пр/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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. Методы продвижения товаров /Лек/ | 6 | 2 | 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 Л1.9Л2.1 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 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Методы распространения товаров. /Ср/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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 | | | |
| 4.6 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Закон РФ "О защите прав потребителей". /Ср/ | 6 | 4 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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 | Разработка товара. Товарная политика предприятия. Методы и стратегии ценообразования в маркетинге. Методы распространения товаров. Методы продвижения товаров. /Пр/ | 6 | 2 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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 | | |

| | | | | | | | | |
|------|---|---|----|---------------------------------|--|--|-----|----|
| 4.8 | Подготовка контрольной работы /Ср/ | 6 | 4 | 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 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | P1 |
| 4.9 | Подготовка к защите контрольной работы /Ср/ | 6 | 4 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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 | | | P1 |
| 4.10 | Подготовка к экзамену /Ср/ | 6 | 4 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | 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 | | КМ1 | |
| 4.11 | Экзамен /Экзамен/ | 6 | 36 | ПК-3-31 ПК-3-32 ПК-3-У1 ПК-3-У2 | Э1 Э2 Э3 | | КМ1 | |