

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Макаренко Андрей Николаевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 03.04.2026 16:49:45
 Уникальный программный ключ:
 1e02aba4970bbca2730528725db6e006c0b3002

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) МАРКЕТИНГ

1. Цель учебной дисциплины (модуля) – формирование у слушателей компетенций в области теории и практики маркетинговой деятельности организаций и предприятий.

2. Требования к уровню освоения учебной дисциплины (модуля).

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ИОПК-2.1 Определяет источники информации, методы сбора информации, способы и вид ее представления, проверяет достоверность, полноту, актуальность информации с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем ИОПК-2.2 Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных с использованием современных информационных систем ИОПК-2.3 Содержательно интерпретирует полученные результаты анализа	Знать: - теоретические и концептуальные основы маркетинга; - цели, объект и предмет маркетинга; - классический инструментарий маркетинга. Уметь: - выполнять анализ маркетинговой среды и маркетинговой информации; - выполнять анализ процессов, связанных со сбытовой деятельностью организации; - выявлять маркетинговую проблему; - составлять маркетинговый план; - организовывать процесс управления рисками в организации; - рассчитывать, прогнозировать, тестировать и верифицировать методики управления рисками. Владеть: - понятиями, методами и инструментами классификации рисков организации; - знаниями сущности и элементов стратегического менеджмента и маркетинга.
ПК-4 Способен формулировать задачи, принципы и цели стратегического регулирования процесса управления рисками	ИПК-4.1 Демонстрирует умение оценивать ресурсные затраты, необходимые для обеспечения эффективного внедрения и функционирования процесса управления рисками ИПК-4.2 Владеет знаниями сущности и элементов стратегического менеджмента и маркетинга ИПК-4.3 Демонстрирует умение определять приоритеты и текущие цели риск-менеджмента для всех подразделений организации на основе бизнес-стратегии и стратегии управления рисками	

3. Содержание учебной дисциплины (модуля).

Раздел 1. Основы маркетинга.

Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные категории маркетинга. Функции маркетинга. Виды маркетинга. Концепции маркетинга. Роль маркетинга в управлении рисками.

Раздел 2. Маркетинговые исследования

Понятие маркетинговых исследований. Принципы проведения маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования.

Раздел 3. Потребитель в системе маркетинга.

Потребности в системе маркетинга. Сегментирование рынка.

Раздел 4. Комплекс маркетинга.

Товар и товарная политика. Цена и ценовая политика. Сбыт и сбытовая политика. Коммуникационная политика, реклама и пиар (PR). Маркетинговые риски.

4. Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины (модуля).

4.1. Литература по учебной дисциплине (модулю):

1. Перемитина, Н. А. Маркетинг : учебное пособие для вузов Н. А. Перемитина. – Томск : ТГПУ, 2004. – 203 с.
2. Ким, С. А. Маркетинг : учебник для вузов / С. А. Ким. – Москва : Дашков и К°, 2011. – 257 с.
3. Ламбен, Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок : учебник для дополнительного профессионального образования / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; под ред. В. Б. Колчанова ; пер. И. И. Малковой. – 2-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер [и др.], 2012. – 718 с.
4. Шацкая И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Шацкая. – Москва : РТУ МИРЭА, 2020. – 180 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/167584>.
5. Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. — Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 68 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html>.
6. Астратова, Г. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Г. В. Астратова ; Уральский федеральный университет (УрФУ). – Екатеринбург : УрФУ, 2024. – 232 с. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/135754/1/978-5-7996-3795-8_2024.pdf.
7. Литвиненко, И. Л. Маркетинг : учебное пособие для бакалавров / И. Л. Литвиненко, Е. А. Синельникова. – Воронеж : НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2020. – 116 с. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41869680&ysclid=mdzi3rlgc8336794692_.

4.2. Интернет-ресурсы учебной дисциплины (модуля):

1. Айбукс : электронно-библиотечная система. - URL: <http://ibooks.ru>
2. Электронная библиотека НБ ТГПУ. - URL: <https://libserv.tspu.ru>
3. Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <http://e.lanbook.com>
4. IPR SMART : электронно-библиотечная система. - URL: <http://iprbookshop.ru>

5. Оценочные и методические материалы для проведения промежуточной аттестации слушателей по учебной дисциплине (модулю).

5. 1. Вопросы и задания для подготовки к промежуточной аттестации.

Вопросы:

1. Понятие и содержание концепции маркетинга.
2. Виды маркетинга.
3. Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.
4. Маркетинговая среда предприятия.
5. Маркетинговые исследования.
6. Сегментирование и позиционирование.
7. Товар и товарная политика.
8. Услуга и ее характеристика.
9. Сбыт и сбытовая политика.
10. Цена и ценовая политика.
11. Рекламная политика и PR.
12. Потребности потребителя.
13. Маркетинговые риски.
14. Маркетинг в управлении рисками.

Задания:

1. Заполни таблицу, определив, при каком сочетании, организации следует предпринять значительные усилия по управлению рисками

		Вероятность маркетингового риска		
		Высокая	Средняя	Низкая
Степень ущерба	Высокая			
	Средняя			
	Низкая			

2. Мебельная фабрика работает на рынке с 2010 года, реализует продукцию на локальном рынке. Планирует выпустить новый продукт – модульную мебель. Назовите, какие маркетинговые риски могут возникнуть и назовите мероприятия по снижению рисков.

5.2. Оценка сформированности компетенций по учебной дисциплине (модулю)

Показатели оценивания ответов слушателя отражают:

- знание содержания теоретической части учебной дисциплины (модуля);
- умение анализировать факты, обобщать их, делать выводы;
- степень овладения практическими навыками и умениями.

Шкала оценивания

Шкала оценивания				
оценка показатель	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
знание содержания теоретической части учебной дисциплины (модуля)	Продemonстрировал высокий уровень знаний содержания теоретической части учебной дисциплины (модуля)	Продemonстрировал высокий уровень знаний содержания теоретической части учебной дисциплины (модуля), но испытывал незначительные трудности	Продemonстрировал средний уровень знаний содержания теоретической части учебной дисциплины (модуля) с существенными трудностями в формировании ответов	Продemonстрировал низкий уровень знаний содержания теоретической части учебной дисциплины (модуля)
умение анализировать факты, обобщать их, делать выводы	Продemonстрировал высокий уровень умения объяснять факты науки с точки зрения ее новейших достижений	Продemonстрировал высокий уровень умений объяснять факты науки с точки зрения ее новейших достижений, но испытывал незначительные трудности	Продemonстрировал средний уровень связывать теоретические вопросы с практикой с существенными трудностями в формировании ответов	Продemonстрировал низкий уровень умений объяснять факты науки с точки зрения ее новейших достижений
степень овладения практическими навыками и умениями	Продemonстрировал высокий уровень овладения практическими навыками и умениями	Продemonстрировал высокий уровень овладения практическими навыками и умениями, но испытывал незначительные трудности	Продemonстрировал средний уровень овладения практическими навыками и умениями с существенными трудностями в формировании ответов	Продemonстрировал низкий уровень овладения практическими навыками и умениями

Рабочая программа учебной дисциплины составлена:

Метлина А.Е., к.э.н., доцент кафедры проектного менеджмента.