

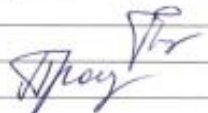
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
 «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
 ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

УТВЕРЖДАЮ
 Директор ЮТИ ТПУ
 Чинахов Д.А.
 « 25 » 06 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2017 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

Маркетинг

Направление подготовки	38.03.01 Экономика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Экономика		
Специализация	Бухгалтерский учет, анализ и аудит		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	2	семестр	4
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	4		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		14
	Практические занятия		12
	ВСЕГО		26
Самостоятельная работа, ч			118
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией			Курсовая работа
ИТОГО, ч			144

Вид промежуточной аттестации	Диф.зачет, экзамен	Обеспечивающее подразделение	ЮТИ ТПУ
Руководитель ООП			Телияненко Е.В.
Преподаватель			Прокопенко С.А.

2020г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 6. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Результаты освоения ООП	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
			Код	Наименование
ОПК(У)-2	Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	РЗ	ОПК(У)-2.В3	Владеет методами выполнения плановых расчетов и оценки плановых показателей
			ОПК(У)-2.У4	Умеет рассчитывать и объяснять экономический смысл показателей эффективности бизнес-плана
			ОПК(У)-2.З	Знает структуру, функции, содержание разделов бизнес-плана
ПК(У)-3	Способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	Р2	ПК(У)-3.В1	Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ и планов
			ПК(У)-3.У1	Умеет формировать адекватные стратегии и планы маркетинговой деятельности
			ПК(У)-3.З1	Знает методы маркетинговых исследований

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 учебного плана образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	знать расчетно-экономической деятельности связанной с подготовкой исходных данных, проведением экономических расчетов и разработкой экономических разделов планов предприятий и организаций	ОПК(У)-2 ПК(У)-3
РД2	освоить методы исследования внешней и внутренней среды предприятия – PEST и SWOT – анализ	ОПК(У)-2 ПК(У)-3
РД 3	знать методологию оценки конкурентоспособности товара и фирмы	ОПК(У)-2 ПК(У)-3

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга	РД1, РД2 РД3	Лекции	4
		Практические занятия	2
		Самостоятельная работа	30
Раздел 2. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга	РД1, РД2 РД3	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Самостоятельная работа	30
Раздел 3. Конкурентоспособность организации и ее сбытовая политика	РД1, РД2 РД3	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Самостоятельная работа	30
Раздел 4. Коммуникационная политика предприятия	РД1, РД2 РД3	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Самостоятельная работа	28

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга

Темы лекций:

1. Предмет, цели и задачи дисциплины.
2. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга.

Темы практических занятий:

1. Базовые концепции маркетинга, содержание предмета. Основные понятия. Цели и задачи маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг.
2. Управление маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Маркетинговые исследования.

Раздел 2. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга

Темы лекций:

1. Сегментирование рынка
2. Объекты маркетинговой деятельности
3. Субъекты маркетинговой деятельности
4. Окружающая среда маркетинга

Темы практических занятий:

1. Целеполагание и стратегии маркетинга.
2. Критерии и методы сегментирования рынка.

Раздел 3. Конкурентоспособность организации и ее сбытовая политика

Темы лекций:

1. Конкурентная среда и сбытовая политика организации
2. Ценовая политика организации

Темы практических занятий:

1. Классификация товаров. Понятия товара и товарной единицы.

Раздел 4. Коммуникационная политика предприятия

Темы лекций:

1. Методы маркетинга
2. Реклама

Темы практических занятий:

1. Разработка комплекса маркетинга. Составляющие комплекса маркетинга. Продвижение товаров на рынок. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
2. Конкуренция и конкурентоспособность товаров.

Темы курсовых работ:

1. Управление маркетингом.
2. Стратегия развития предприятия.
3. Стратегия и тактика маркетинга.
4. Разработка маркетинговой концепции в условиях кризиса.
5. Механизм выбора концепции маркетинговой политики в зависимости от позиции фирмы на рынке.
6. Товарная и технологическая концепция маркетинга.
7. Стратегические зоны хозяйствования.
8. Среда маркетинга.
9. Фирменная среда предприятия.
10. Завоевание позиций компании на рынке (на конкретном примере).

5. Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- Выполнение домашних заданий, расчетно-графических работ и домашних контрольных работ.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

1. Рыжикова Тамара Николаевна, Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг Издательство: ИНФРА-М Год издания: 2020, 2018, 2017 Кол-во страниц: 225 Вид издания: Учебное пособие Уровень образования: ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=343621> (контент).
2. Новичков В. И., Виноградова Ирина Михайловна, Кошель И. С., Управленческая экономика. Теория организации. Организационное поведение. Маркетинг, Издательство: Дашков и К Год издания: 2017 Кол-во страниц: 132 Вид издания: Учебное пособие Уровень образования: ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=300663> (контент).
3. Дробышева Лариса Алексеевна, Экономика, маркетинг, менеджмент Издательство: Дашков и К Год издания: 2019 Кол-во страниц: 150 Вид издания: Учебное пособие Уровень образования: ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=358515> (контент).

Дополнительная литература

1. Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. - Москва : Дашков и К, 2020. - 170 с. - ISBN 978-5-394-03982-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232008> (дата обращения: 20.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Информационное и программное обеспечение

1. Сайт Росстат <http://www.gks.ru/>
2. Справочник для экономистов <http://www.catback.ru/>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы доступны по ссылке: <https://www.lib.tpu.ru/html/irs-and-pdb>.

Используемое лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

Libre Office, Windows, Chrome, Firefox ESR, PowerPoint, Acrobat Reader, Zoom.

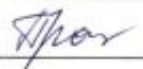
7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 652055, Кемеровская область, г. Юрга, ул. Ленинградская, д. 26, Гл. корпус, 11	Доска аудиторная настенная – 1 шт., компьютер – 1 шт., проектор – 1 шт., комплект учебной мебели на 38 посадочных мест, экран – 1 шт., стол, стул преподавателя – 1 шт.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 38.03.01. «Экономика»/ образовательная программа «Экономика»/ специализация «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» (приема 2017 г., заочная форма обучения).

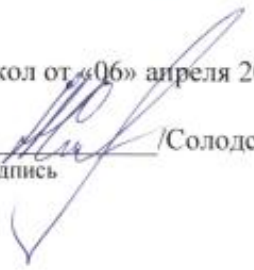
Разработчик(и):

Должность	Подпись	ФИО
Профессор		Прокопенко С.А.

Программа одобрена на заседании кафедры ЭиАСУ (протокол от «06» апреля 2017 г. № 16).

И.о. заместителя директора, начальник ОО

Подпись

 /Солодский С.А./

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании Отделения / кафедры (протокол)
2018/2019 учебный год	1. Обновлено программное обеспечение 2. Обновлен состав профессиональных баз данных и информационно-справочных систем 3. Обновлено содержание разделов дисциплины 4. Обновлен список литературы, в том числе ссылок ЭБС 5. Изменена система оценивания	от 17.05.2018г. № 19
2019/2020 учебный год	1. Обновлено программное обеспечение 2. Обновлен состав профессиональных баз данных и информационно-справочных систем 3. Обновлено содержание разделов дисциплины 4. Обновлен список литературы, в том числе ссылок ЭБС	от 06.06.2019г. № 9
2020/2021 учебный год	1. Обновлено программное обеспечение 2. Обновлен состав профессиональных баз данных и информационно-справочных систем 3. Обновлено содержание разделов дисциплины 4. Обновлен список литературы, в том числе ссылок ЭБС	от 18.06.2020г. № 8