

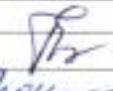
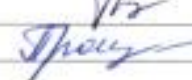
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
 «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
 ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

УТВЕРЖДАЮ
 Директор ЮТИ ТПУ
 Чинаев Д.А.
 « 25 » 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
 ПРИЕМ 2018 г.
 ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очно-заочная

Маркетинг

Направление подготовки/специальность	38.03.01 Экономика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Бухгалтерский учет, анализ и аудит		
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	9	
	Практические занятия	18	
	ВСЕГО	27	
	Самостоятельная работа, ч	117	
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией			Курсовая работа
	ИТОГО, ч		144

Вид промежуточной аттестации	экзамен, дифференцированный зачёт	Обеспечивающее подразделение	ЮТИ ТПУ
Руководитель ООП Преподаватель	 		Теличенко Е.В.
			Прокопенко С.А.

2020г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
ОПК(У)-2	Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	ОПК(У)-2. В2	Владеет современными технологиями маркетинговых исследований
		ОПК(У)-2. У2	Умеет осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения маркетинговых задач
		ОПК(У)-2. 32	Знает методы сбора, анализа и обработки данных для решения поставленных маркетинговых задач
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	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)-3.31	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	2
		Практические занятия	2
		Самостоятельная работа	30
Раздел 2. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга	РД1, РД2 РД3	Лекции	4
		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
	Итого		144

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. Тестирование
2. Выполнение контрольной работы
3. Выполнение курсовой работы

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. Тестирование
2. Выполнение контрольной работы
3. Выполнение курсовой работы

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. Тестирование
2. Выполнение контрольной работы
3. Выполнение курсовой работы

Раздел 4. Коммуникационная политика предприятия

1. Методы маркетинга

2. Реклама

Темы практических занятий:

1. Тестирование
2. Выполнение контрольной работы
3. Защита курсовой работы

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.

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).

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. Годин, А.М. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс]: учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 656 с. — Режим доступа: <https://ezproxy.ha.tpu.ru:4506/book/56247>. — Загл. с экрана.
2. Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс]: учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 384 с. — Режим доступа: <https://ezproxy.ha.tpu.ru:4506/book/61042>. — Загл. с экрана.
3. Сабирова, Диана Тагировна. Маркетинг инновационного продукта : электронный курс [Электронный ресурс] / Д. Т. Сабирова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Институт социально-гуманитарных технологий (ИСГТ), Кафедра инженерного предпринимательства (ИП). — Электрон. дан.. — Томск: TPU Moodle, 2014. — Заглавие с экрана. — Доступ по логину и паролю. Схема доступа: <http://design.lms.tpu.ru/course/info.php?id=87> (контент)

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, ООП «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», специализация «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» (приема 2018г., очно-заочная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	Подпись	ФИО
Профессор		Прокопенко С.А.

Программа одобрена на заседании выпускающего ЭиАСУ (протокол от «17» мая 2018 г. № 19)

И.о. заместителя директора, начальник ОО
к.т.н., доцент


подпись /Солодский С.А./

Лист изменений рабочей программы дисциплины:

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании Отделения / кафедры (протокол)
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