

**Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС**  
Кафедра менеджмента

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

*«Менеджмент организации»*

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**МАРКЕТИНГ**

**Б1.О.30**

краткое наименование дисциплины – нет

по направлению подготовки:

38.03.02 Менеджмент

формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора – 2023

Новосибирск, 2022

## 1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина **(Б1.О.30, Маркетинг)** обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКо-1	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга	ПКо-1.2	Способность использования маркетинговых методик, обеспечивающих анализ рынков с точки зрения развития организации
ПКо-2	Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации	ПКо-2.3	Способность анализировать комплекс внешних факторов при принятии управленческих решений
ПКо-5	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации	ПКо-5.1	Способность применять основные маркетинговые методы оценки конкурентных преимуществ при разработке стратегических направлений развития организации в условиях меняющейся среды

## 2. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах 3, 108 акад.ч., 81 астр.ч.

Количество академических часов очной формы обучения, выделенных:  
на контактную работу с преподавателем - 50 часов (24 часа лекций, 26 часов практических (семинарских) занятий); на самостоятельную работу обучающихся – 31 час;

Количество академических часов очно-заочной формы обучения, выделенных:  
на контактную работу с преподавателем - 26 часов (8 часов лекций, 18 часов практических (семинарских) занятий); на самостоятельную работу обучающихся – 55 часов;

место дисциплины в структуре образовательной программы: *изучается на 3 курсе очной формы обучения, на 3 курсе очно-заочной формы обучения.*

## 3. Структура дисциплины

**Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Понимание сущности маркетинга. Маркетинговая деятельность.	9	3		3		3	Д, РК
Тема 2	Маркетинговая информационная система	10	3		3		4	Т, РК
Тема 3	Поведение покупателей на потребительских рынках. Промышленный маркетинг	10	3		3		4	СР, Т
Тема 4	Разработка клиентоориентированной маркетинговой стратегии.	10	3		3		4	РК, Т
Тема 5	Продуктовая стратегия	10	3		3		4	Т, РК
Тема 6	Управление ценообразованием	10	3		3		4	Т, СР
Тема 7.	Управление маркетинговыми каналами	11	3		4		4	Т, РК
Тема 8.	Маркетинговые коммуникации	11	3		4		4	Т, СР
Промежуточная аттестация						27		экзамен
Всего:		108	24		26	27	31	

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

\* формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися

\*\* формы промежуточной аттестации: экзамен (Э), зачет (З)/зачет с оценкой (З/О)

### **Очно-заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Понимание сущности маркетинга. Маркетинговая деятельность.	9	1		2		6	Д, РК

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					CP	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 2	Маркетинговая информационная система	10	1		2		7	Т, РК
Тема 3	Поведение покупателей на потребительских рынках. Промышленный маркетинг	10	1		2		7	CP, Т
Тема 4	Разработка клиентоориентированной маркетинговой стратегии.	10	1		2		7	РК, Т
Тема 5	Продуктовая стратегия	10	1		2		7	Т, РК
Тема 6	Управление ценообразованием	10	1		2		7	Т, CP
Тема 7.	Управление маркетинговыми каналами	11	1		3		7	Т, РК
Тема 8.	Маркетинговые коммуникации	11	1		3		7	Т, CP
Промежуточная аттестация						27		экзамен
Всего:		108	8		18	27	55	

Используемые сокращения:

Л - занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР - лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ - практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР - индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ - занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СРО - самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

Примечание:

\* формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися

\*\* формы промежуточной аттестации: экзамен (Э), зачет (З)/зачет с оценкой (З/О)

#### 4.Форма промежуточной аттестации: экзамен

#### 5.Основная литература

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. – ISBN 978-5-16-011840-6. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=302255> (дата обращения: 24.08.2022). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Znanium.com», требуется авторизация.
2. Минько, Э. В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. - Электрон. дан. – Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - Доступ из Унив. б-ки

ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>, требуется авторизация (дата обращения : 24.08.2021). - Загл. с экрана.