

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

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

*«Современное государственное и муниципальное управление»*

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

**Б1.В.13**

краткое наименование дисциплины – не устанавливается

по направлению подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное  
управление

формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора 2023

Новосибирск, 2022 г.

## 1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.13 Основы маркетинга обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс- 3	способность эффективно участвовать в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды	ПКс-3.1	Способность использовать знания процессов групповой динамики на практике

## 2. Объем дисциплины

### Объем дисциплины

Общий объем дисциплины

2 з.е./ 72 а.ч. /  
54 астр.ч.

количество академических часов **очной формы** обучения, выделенных

на занятия лекционного типа

16 а.ч.

на занятия семинарского типа

16 а.ч.

на самостоятельную работу студентов

38 а.ч.

индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками

2 а.ч.

на промежуточную аттестацию

0 а.ч.

количество академических часов **очно-заочной формы** обучения, выделенных

на занятия лекционного типа

10 а.ч.

на занятия семинарского типа

20 а.ч.

на самостоятельную работу студентов

31 а.ч.

индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками

2 а.ч.

на промежуточную аттестацию

9 а.ч.

## 3. Структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		СРО
<b>Раздел 1.</b>	<b>Теоретические основы маркетинга</b>	<b>10</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>2</b>	
Тема 1.1.	Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга	5	2		2		1	О, Д
Тема 1.2.	Комплекс маркетинга и процесс управления маркетингом	5	2		2		1	О, Т
<b>Раздел 2</b>	<b>Маркетинговые</b>	<b>10</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>2</b>	

	<b>исследования</b>							
Тема 2.1.	Методические основы организации маркетинговых исследований.	5	2		2		1	О, Т
Тема 2.2.	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков, позиционирование	5	2		2		1	Т,
<b>Раздел 3.</b>	<b>Реализация комплекса маркетинга</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>4</b>	
Тема 3.1	Товарная политика организации	3	1		1		1	Т, О,
Тема 3.2.	Ценовая политика организации	3	1		1		1	РЗ
Тема 3.3.	Политика распределения	3	1		1		1	Т
Тема 3.4	Политика продвижения. Особенности маркетинга в социальных сетях	3	1		1		1	Д
<b>Раздел 4</b>	<b>Стратегический маркетинг. Особенности маркетинга в различных сферах</b>	<b>10</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>2</b>	
Тема 4.1	Методы стратегического анализа и разработка стратегии маркетинга.	5	2		2		1	О
Тема 4.2	Маркетинг в различных сферах деятельности	5	2		2		1	Д, Т
Выполнение контрольной работы							28	КР
Промежуточная аттестация						2		З
Всего:		<b>72</b>	<b>16</b>		<b>16</b>	<b>2</b>	<b>38</b>	<b>Ак.ч</b>
		<b>2</b>	<b>0,44</b>		<b>0,44</b>	<b>0,06</b>	<b>1,06</b>	<b>З.е</b>
		<b>54</b>	<b>12</b>		<b>12</b>	<b>1,5</b>	<b>28,5</b>	<b>Ас.ч</b>

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: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), расчетное задание (РЗ), доклад (Д), электронный семинар (ЭС), письменное контрольное задание (ПКЗ) и др.

\*\* формы промежуточной аттестации: зачет (З).

### Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СРО		
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ			КСР
<b>Раздел 1.</b>	<b>Теоретические основы маркетинга</b>	<b>10</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>4</b>	
Тема 1.1.	Социально-экономическая	5	1		2		2	О, Д

	сущность и содержание маркетинга							
Тема 1.2.	Комплекс маркетинга и процесс управления маркетингом	5	1		2		2	О, Т
<b>Раздел 2</b>	<b>Маркетинговые исследования</b>	<b>10</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>4</b>	
Тема 2.1.	Методические основы организации маркетинговых исследований.	5	1		2		2	О, Т
Тема 2.2.	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков, позиционирование	5	1		2		2	Т
<b>Раздел 3.</b>	<b>Реализация комплекса маркетинга</b>	<b>16</b>	<b>4</b>		<b>8</b>		<b>4</b>	
Тема 3.1	Товарная политика организации	4	1		2		1	Т, О
Тема 3.2.	Ценовая политика организации	4	1		2		1	РЗ
Тема 3.3.	Политика распределения	4	1		2		1	Т
Тема 3.4	Политика продвижения. Особенности маркетинга в социальных сетях	4	1		2		1	Д
<b>Раздел 4</b>	<b>Стратегический маркетинг. Особенности маркетинга в различных сферах</b>	<b>10</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>4</b>	
Тема 4.1	Методы стратегического анализа и разработка стратегии маркетинга.	5	1		2		2	О
Тема 4.2	Маркетинг в различных сферах деятельности	5	1		2		2	Д, Т
Выполнение контрольной работы							15	КР
Промежуточная аттестация		9				2		З
Всего:		<b>72</b>	<b>10</b>		<b>20</b>	<b>2</b>	<b>31</b>	<b>Ак.ч</b>
		<b>2</b>	<b>0,28</b>		<b>0,56</b>	<b>0,06</b>	<b>0,86</b>	<b>З.е</b>
		<b>54</b>	<b>7,5</b>		<b>15</b>	<b>1,5</b>	<b>23,25</b>	<b>Ас.ч</b>

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: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), расчетное задание (РЗ), доклад (Д), электронный семинар (ЭС), письменное контрольное задание (ПКЗ) и др.

\*\* формы промежуточной аттестации: зачет (З).

#### 4.Форма промежуточной аттестации: зачет.

## 5. Основная литература

1. 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: 08.06.2022). - Загл. с экрана.

2. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. В. Морозов. – Электрон. дан. - 8-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 148 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453283>, требуется авторизация. - Загл. с экрана. – То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/60466.html>, требуется авторизация. — Загл. с экрана. — То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/93309>, требуется авторизация (дата обращения: 08.06.2022). — Загл. с экрана.