

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФИО: Гаранин Максим Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 12.09.2023 09:11:44  
Уникальный программный ключ:  
7708e3a47e66a8ee02711b298d7c78bd1e40bf88

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ**

# Маркетинг

## рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент  
Направленность (профиль) Логистика

Квалификация **бакалавр**  
Форма обучения **заочная**  
Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Виды контроля на курсах:  
экзамены 2  
курсовые работы 2

### Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	УП	РП		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Конт. ч. на аттест.	1,5	1,5	1,5	1,5
Конт. ч. на аттест. в период ЭС	2,35	2,35	2,35	2,35
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	15,85	15,85	15,85	15,85
Сам. работа	157,5	157,5	157,5	157,5
Часы на контроль	6,65	6,65	6,65	6,65
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

*к.э.н., доцент, Серяпова И.В.*

Рабочая программа дисциплины

**Маркетинг**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7)

составлена на основании учебного плана: 38.03.02-23-4-МЛб.plz.plx

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент Направленность (профиль) Логистика

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Экономика и логистика на транспорте**

Зав. кафедрой Хайтбаев В.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
1.1	Целью освоения дисциплины (модуля) формирование у студента общекультурной компетенции способности использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3)			
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ				
Цикл (раздел) ОП:		Б1.Б.16		
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности				
Знать:				
Виды маркетинговых стратегий				
Уметь:				
анализировать и сопоставлять первичные статистические данные, характеризующие основные параметры функционирования рынка и его отдельных сегментов				
Владеть:				
методами анализа и обработки информации, полученной в результате маркетинговых исследований				
<b>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен</b>				
<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>			
3.1.1	приёмы комплексного исследования рынка товаров и услуг;			
3.1.2				
3.1.3				
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>			
3.2.1	комплексно изучать рынок товаров и услуг и направления маркетинговой деятельности;			
3.2.2				
3.2.3				
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>			
3.3.1	основами методиками маркетинговых исследований, анализом первичной и вторичной информации и принимать маркетинговые решения			
3.3.2				
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
<b>Раздел 1. Лекционные занятия</b>				
1.1	Основы маркетинга. Сущность, экономический смысл и принципы маркетинга /Лек/	2	1	
1.2	Анализ потребительского рынка . Микро- и макро- среда маркетинга /Лек/	2	1	
1.3	Кабинетные и полевые исследования. Первичная и вторичная информация /Лек/	2	1	
1.4	Сегментация рынка. Стратегии охвата рынка. /Лек/	2	1	
1.5	Концепции, виды и типы маркетинга /Лек/	2	1	
1.6	Виды посредников. Причины и стратегии выбора посредников /Лек/	2	1	
<b>Раздел 2. Практические занятия</b>				
2.1	Понятия и сущность маркетинга. Эволюция маркетинга /Пр/	2	2	
2.2	Формирование товарной политики. Особенности жизненного цикла товаров и услуг /Пр/	2	2	
2.3	Разработка плана маркетинга. Виды планов маркетинга и методы планирования. /Пр/	2	2	
<b>Раздел 3. Самостоятельная работа</b>				
3.1	Основные этапы маркетинговых исследований. Выбор целевого рынка /Ср/	2	10	
3.2	Товар и его уровни. Товарная политика. Жизненный цикл товара. /Ср/	2	10	
3.3	Особенности ценовой политики при маркетинге. Виды скидок и надбавок. /Ср/	2	10	
3.4	Конкуренция и конкурентоспособность. Виды конкуренции /Ср/	2	6	
3.5	Каналы распределения и их задачи. Виды посредников /Ср/	2	10	
3.6	Элементы коммуникационной политики: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личные продажи /Ср/	2	10	

3.7	Комплекс маркетинга. Стратегическое и тактическое планирование /Ср/	2	10	
3.8	Разработка плана маркетинга. Виды планов маркетинга и методы планирования /Ср/	2	10	
3.9	Основные подходы к оценке конкретных позиций предприятия. Организационные структуры маркетинга. /Ср/	2	10	
3.10	Бюджет маркетинга. Методы формирования бюджета маркетинга /Ср/	2	10	
3.11	Сфера применения маркетинга /Ср/	2	10	
3.12	Сущность и специфика международного маркетинга /Ср/	2	8	
3.13	Подготовка к лекциям /Ср/	2	3	
3.14	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	2	6	
3.15	Выполнение курсовой работы /Ср/	2	34,5	
<b>Раздел 4. контактная работа</b>				
4.1	Контактные часы на аттестацию /КА/	2	1,5	
4.2	Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий /КЭ/	2	2,35	

### 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении к рабочей программе дисциплины.

Формы и виды текущего контроля по дисциплине (модулю), виды заданий, критерии их оценивания, распределение баллов по видам текущего контроля разрабатываются преподавателем дисциплины с учетом ее специфики и доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем дисциплины (модуля), как правило, с использованием ЭИОС или путем проверки письменных работ, предусмотренных рабочими программами дисциплин в рамках контактной работы и самостоятельной работы обучающихся. Для фиксирования результатов текущего контроля может использоваться ЭИОС.

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Синицына О.Н.	Маркетинг.	Москва: КноРус, 2019	<a href="http://www.book.ru/book/930">http://www.book.ru/book/930</a>

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Скоробогатых И.И.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Москва: КноРус, 2019	<a href="http://www.book.ru/book/930">http://www.book.ru/book/930</a>

#### 6.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

##### 6.2.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

6.2.1.1	7-zip
6.2.1.2	Adobe Reader
6.2.1.3	IrfanView
6.2.1.4	Microsoft Office 2010 Professional
6.2.1.5	Microsoft Office 2013
6.2.1.6	Microsoft Office 2013 Professional
6.2.1.7	Microsoft Office Professional Plus 2013

6.2.1.8	Microsoft Office Professional Plus 2016
6.2.1.9	Microsoft Windows 10 Pro
6.2.1.10	Microsoft Windows 7
6.2.1.11	Microsoft Windows 8
6.2.1.12	Microsoft Windows 8.1
6.2.1.13	Microsoft Windows Professional 8
6.2.1.14	Microsoft Windows Professional 8 Russian
6.2.1.15	OpenOffice 3.1
6.2.1.16	Комплект ПО Microsoft
6.2.1.17	Антивирус Касперского
<b>6.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>	
6.2.2.1	Информационная справочная система "Гарант" <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>
6.2.2.2	Информационная справочная система "КонсультантПлюс" <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
6.2.2.3	База данных «Макроэкономика» - информационно- аналитический раздел официального сайта Министерства финансов РФ <a href="http://info.minfin.ru/prices_index.ph">http://info.minfin.ru/prices_index.ph</a>
6.2.2.4	МУЛЬТИСТАТ – многофункциональный статистический портал <a href="http://www.multistat.ru/?menu_id=1">http://www.multistat.ru/?menu_id=1</a>
6.2.2.5	База данных «Библиотека управления» - Корпоративный Менеджмент <a href="https://www.cfin.ru/rubricator.shtml">https://www.cfin.ru/rubricator.shtml</a>
6.2.2.6	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a>
6.2.2.7	
6.2.2.8	
<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
7.1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование для предоставления учебной информации большой аудитории и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное).
7.2	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное)
7.3	Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.
7.4	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования