

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гаранин Максим Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.10.2025 09:42:40
Уникальный программный ключ:
7708e3a47e66a8ee02711b298d7c78bd1e40bf88

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПРИВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) Экономика и финансы предприятий (организаций)

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:
экзамены 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	ИП	УП	ИП
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Конт. ч. на аттест. в период ЭС	2,3	2,3	2,3	2,3
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	26,3	26,3	26,3	26,3
Сам. работа	93	93	93	93
Часы на контроль	24,7	24,7	24,7	24,7
Итого	144	144	144	144

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 - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

составлена на основании учебного плана: 38.03.01-25-2-ЭФПб-оз.plz.plx

Направление подготовки 38.03.01 Экономика Направленность (профиль) Экономика и финансы предприятий (организаций)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика и менеджмент

Зав. кафедрой к.э.н., профессор Кремнев А.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.17
-------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления

ОПК-4.3 Оценивает последствия альтернативных вариантов решения поставленных профессиональных задач

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные понятия и категории маркетинга, методы стратегического и тактического планирования;
3.1.2	рыночные и специфические риски
3.2	Уметь:
3.2.1	использовать на практике знание требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники при разработке бизнес-планов
3.2.2	оценивать риски при принятии управленческих решений
3.3	Владеть:
3.3.1	способностью использовать на практике знания по разработке мер усовершенствования систем управления, направленных на организацию и эффективное осуществление планирования на предприятиях
3.3.2	способностью принимать решения

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
	Раздел 1. Основы маркетинга. Сущность, экономический смысл и принципы маркетинга.			
1.1	Основные категории маркетинга. Типы и виды маркетинга. /Лек/	4	1	
1.2	Понятия и сущность маркетинга /Пр/	4	2	
1.3	Методы проведения маркетинговых исследований. Первичная и вторичная информация. /Лек/	4	1	
1.4	Основные этапы маркетинговых исследований. Выбор целевого рынка. /Пр/	4	2	
1.5	Стратегии охвата рынка. Сегментирование рынка. /Лек/	4	1	
1.6	Формирование спроса на товары и услуги. /Пр/	4	2	
1.7	Конкуренция и конкурентоспособность. Виды конкурентных стратегий. /Лек/	4	1	
1.8	Основные подходы к оценке конкурентных позиций предприятия /Пр/	4	2	
	Раздел 2. Комплекс маркетинга и инструменты его реализации			
2.1	Товарная политика. Жизненный цикл товара и услуги. /Лек/	4	2	
2.2	Формирование товарной политики. Уровни товара. /Пр/	4	2	
2.3	Особенности ценовой политики при маркетинге. /Ср/	4	4	
2.4	Стратегии ценообразования. Определение ценовой эластичности. /Пр/	4	2	
2.5	Стратегическое и тактическое планирование. Бизнес-план. /Лек/	4	1	
2.6	Разработка планов маркетинга и их виды. /Пр/	4	2	
2.7	Организационные структуры маркетинговых служб. Бюджет маркетинга. /Лек/	4	1	
2.8	Методы оценки конкурентоспособности товара. /Пр/	4	2	

2.9	Методы корректировки цен. Виды скидок и надбавок. /Ср/	4	4	
	Раздел 3. Самостоятельная и контактная работа			
3.1	Подготовка к лекциям /Ср/	4	8	
3.2	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	4	16	
3.3	Концепции, виды и типы маркетинга. Эволюция маркетинга и ее этапы /Ср/	4	14	
3.4	Внешняя маркетинговая среда предприятий: микро- и макро- среда. Анализ внешней маркетинговой среды /Ср/	4	12	
3.5	Каналы распределения. Виды посредников. Уровни каналов распределения. Глубина и ширина каналов распределения /Ср/	4	12	
3.6	Коммуникационная политика: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личные продажи /Ср/	4	13	
3.7	Инструменты коммуникационной политики, особенности их применения и эффективность. /Ср/	4	10	
3.8	Экзамен /КЭ/	4	2,3	

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) 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	Сидорова С. А.	Маркетинг: учебно-методическое пособие	Самара: СамГУП С, 2020	http://e.lanbook.com/book/16

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Синицына О.Н.	Маркетинг.	Москва: КноРус, 2019	http://www.book.ru/book/930

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
6.2.1.1 0	Microsoft Windows 7
6.2.1.1 1	Microsoft Windows 8
6.2.1.1 2	Microsoft Windows 8.1
6.2.1.1 3	Microsoft Windows Professional 8
6.2.1.1 4	Microsoft Windows Professional 8 Russian
6.2.1.1 5	OpenOffice 3.1
6.2.1.1 6	Комплект ПО Microsoft
6.2.1.1 7	Антивирус Касперского
6.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	
6.2.2.1	Информационная справочная система "Гарант" http://www.garant.ru
6.2.2.2	Информационная справочная система "КонсультантПлюс" http://www.consultant.ru
6.2.2.3	База данных «Макроэкономика» - информационно- аналитический раздел официального сайта Министерства финансов РФ http://info.minfin.ru/prices_index.ph
6.2.2.4	МУЛЬТИСТАТ – многофункциональный статистический портал http://www.multistat.ru/?menu_id=1
6.2.2.5	База данных «Библиотека управления» - Корпоративный Менеджмент https://www.cfin.ru/rubricator.shtml
6.2.2.6	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» http://ecsocman.hse.ru
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
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