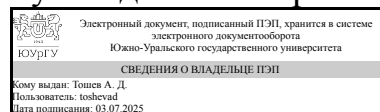


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



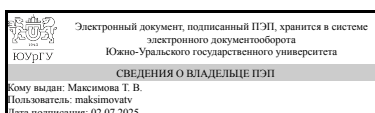
А. Д. Тошев

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.32 Маркетинг
для направления 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Менеджмент

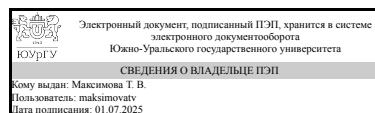
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, утверждённым приказом Минобрнауки от 17.08.2020 № 1047

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Т. В. Максимова

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., заведующий
кафедрой



Т. В. Максимова

1. Цели и задачи дисциплины

Цели освоения дисциплины: приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности. Задачи: 1) теоретический компонент: - усвоить основные понятия в области маркетинга; - получить базовые представления о целях и задачах маркетинга, роли маркетинга в современном обществе; - изучить содержание маркетинговой деятельности предприятий; - рассмотреть концепции управления; - иметь представление о маркетинговой среде предприятия; 2) познавательный компонент: - изучить элементы комплекса маркетинга и уметь управлять ими; - приобрести знания в области сбора, обработки и хранения маркетинговой информации; - владеть прочными навыками проведения анализа и прогнозирования потенциала рынка; - владеть навыками использования маркетингового инструментария; 3) практический компонент: - владеть навыками работы с потребителями; - получить навыки в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга; - приобрести умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций; - уметь проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

Краткое содержание дисциплины

В дисциплине «Маркетинг» представлены современные концепции и виды маркетинговой деятельности компании в условиях усиления конкуренции. Изучается механизм постановки целей маркетинга и их реализации с использованием маркетинговых технологий и инструментов, обеспечивающих достижение долгосрочных целей развития компании. Дисциплина изучает виды и методы маркетинговых исследований, особенности разработки ТЗ, выбор технологий сбора и обработки различных видов маркетинговой информации, организацию процесса маркетинговых исследований, особенности взаимодействия с маркетинговыми исследовательскими компаниями. Особое внимание уделяется принятию маркетинговых решений, связанных с сегментированием рынка, включая концепции, критерии, признаки и уровни сегментирования; управлением продуктом – формирование продуктового предложения, оценка конкурентоспособности продуктов, разработка стратегий их позиционирования на этапах жизненного цикла, развития ассортимента, номенклатуры, товарных марок и политики в области новых продуктов; маркетинговыми коммуникациями – формирование и координация рекламы, PR, стимулирования сбыта, прямого маркетинга, личных продаж, методы их интеграции в комплекс продвижения; управлением ценами – выбор цели, принципов и стратегии ценообразования, определение фактических цен, скидок и надбавок; политикой формирования сбытовой сети – разработка стратегий сбыта; выбор каналов распределения, организация системы товародвижения и продаж. Изучение инструментов маркетинга направлено на подготовку решений по стратегическому развитию организации на основе анализа стратегической сегментации и привлекательности рынка, включая выявление стратегических возможностей организации, анализ ее конкурентоспособности, выбор маркетинговой стратегии. Изучаются специфические области применения маркетинга – промышленный маркетинг, международный маркетинг, маркетинг услуг,

маркетинг некоммерческих организаций, прямой маркетинг. Особое внимание уделяется маркетингу интеллектуальных продуктов и новаций. Дисциплина формирует профессиональные компетенции в области маркетинговой аналитики, инструментов маркетингового управления, стратегического маркетинга, управления маркетинговыми коммуникациями.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования; Умеет: формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели; Имеет практический опыт: выбора оптимального способа решения поставленной задачи, исходя из учета имеющихся ресурсов и планируемых сроков реализации задачи;- самоуправления и постановки целей и задач, развития творческого мышления;

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.02.М7.01 Практическая грамматика русского языка как иностранного, 1.Ф.02.М4.02 Педагогические технологии, 1.Ф.02.М3.03 Организация спортивно-массовых мероприятий, 1.Ф.02.М4.01 Введение в педагогическую деятельность, 1.Ф.02.М1.01 Основы дизайна, 1.Ф.02.М2.03 Организация командной работы, 1.Ф.02.М6.01 Концептуальные решения для предприятий ресторанного сервиса, 1.Ф.02.М3.02 Спортивно-оздоровительные и физкультурно-оздоровительные технологии, 1.Ф.02.М7.03 Практическая стилистика научной речи, 1.О.33 Основы проектной деятельности, 1.Ф.02.М4.03 Основы педагогического мастерства, 1.Ф.02.М1.03 История искусства и дизайна, 1.Ф.02.М6.03 Технология продвижения услуг в сфере ресторанного сервиса, 1.Ф.02.М3.01 Спортивные и физкультурно-массовые сооружения и тренажеры, 1.Ф.02.М2.01 Управление коммуникациями, 1.Ф.02.М5.02 Рекреационный потенциал туристских территорий,	Не предусмотрены

1.Ф.02.М1.02 Фирменный стиль и брендинг, 1.Ф.02.М6.02 Проектирование процесса оказания услуг, 1.Ф.02.М5.01 Активные виды туризма, 1.О.09 Менеджмент, 1.Ф.02.М7.02 Культура речевого общения на русском языке как иностранном, 1.Ф.02.М5.03 Технология проектирования спортивно-оздоровительных услуг	
---	--

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.02.М4.03 Основы педагогического мастерства	Знает: принципы образования, основные приемы эффективного управления собственным временем, особенности профессиональной деятельности в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования и нормами профессиональной этики. Умеет: эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать знание о своих ресурсах и их пределах для саморазвития; проводить анализ собственной деятельности; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; управлять своим временем. , проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты с учетом правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения. Имеет практический опыт: демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков; управления своим временем, выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни., публично представлять результаты решения задач деятельности; планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, временной перспективы развития сферы профессиональной деятельности и определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
1.Ф.02.М1.01 Основы дизайна	Знает: основные этапы процесса дизайн-проектирования, метод дизайн-мышления,

	методы активизации поиска идей Умеет: оценивать временные затраты и планировать время при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов, изучать контекст в рамках задачи, выделять основные проблемы, генерировать идеи и производить их отбор, создавать прототипы, тестировать их с потребителями Имеет практический опыт:
1.Ф.02.М6.02 Проектирование процесса оказания услуг	Знает: нормативно-правовые основы процесса оказания услуг; виды услуг в общественном питании; классификацию форм и методов обслуживания потребителей в ресторанном сервисе, принципы планирования деятельности в области ресторанного сервиса; Умеет: обеспечивать организацию обслуживания потребителей на высоком профессиональном уровне; оценивать качество предоставляемых услуг, разрабатывать мероприятия по совершенствованию системы обслуживания потребителей; осуществлять планирование деятельности; эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей; Имеет практический опыт: разработки планов и процессов организации обслуживания потребителей; оценки качества предоставляемых услуг, проектирования услуг и планирования деятельности в области сервиса; критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей
1.Ф.02.М7.02 Культура речевого общения на русском языке как иностранном	Знает: приемы планирования и выстраивания траектории профессионального развития (совершенствования навыков культуры речи на русском языке как иностранном), стратегии определения целей и задач на русском языке в соответствии с требованиями культуры речевого общения на русском языке Умеет: планировать и выстраивать траекторию своего профессионального развития (совершенствования навыков культуры речи на русском языке как иностранном) на основе навыков самоконтроля, аргументировать выбор поставленной цели проекта и оптимальность способов решения выбранных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Имеет практический опыт: планирования траектории развития и совершенствования своих навыков культуры речи на русском языке как иностранном, аргументирования выбора поставленной цели проекта и оптимальности способов решения выбранных задач
1.Ф.02.М7.03 Практическая стилистика научной речи	Знает: приемы планирования и выстраивания траектории профессионального развития

	(совершенствования стилистических навыков на русском языке как иностранном) , способы формулировки цели и задач на русском языке в соответствии с нормами научного стиля современного русского литературного языка Умеет: планировать и выстраивать траекторию своего профессионального развития (совершенствования навыков использования научного стиля русского языка) на основе навыков самоконтроля , формулировать цели и задач на русском языке в соответствии с нормами научного стиля современного русского литературного языка Имеет практический опыт: планирования траектории развития и совершенствования своих стилистических навыков на русском языке как иностранном , выбора формулировок цели и задач на русском языке в соответствии с нормами научного стиля современного русского литературного языка
1.Ф.02.М5.01 Активные виды туризма	Знает: основные понятия и виды активного туризма как формы массовой рекреации , возрастно-половые особенности развития физических качеств и формирования туристических навыков Умеет: выбирать типы и виды активного туризма в соответствии с физическим состоянием и подготовленностью туристов , планировать и проводить основные формы физкультурно-оздоровительных занятий туристической направленности с детьми дошкольного и школьного возрастов, взрослыми людьми с учетом санитарно-гигиенических, климатических, региональных и национальных условий Имеет практический опыт: составления и реализации программ спортивно-оздоровительного характера в активных видах туризма, проведения туристских походов для различных групп людей (дети дошкольного и школьного возрастов, взрослыми людьми различных возрастов)
1.Ф.02.М6.03 Технология продвижения услуг в сфере ресторанного сервиса	Знает: специфику и принципы продвижения услуг в ресторанном сервисе; нормативно-правовое обеспечение деятельности по продвижению; , принципы планирования деятельности по продвижению в области ресторанного сервиса; Умеет: анализировать, и систематизировать информацию в сфере продвижения; осуществлять планирование деятельности; , разрабатывать мероприятия и планы в области продвижения; эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей; Имеет практический опыт: разработки планов продвижения; выбора эффективных каналов продвижения в сфере ресторанного сервиса, планирования

	деятельности в области продвижения услуг; критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей
1.Ф.02.М3.03 Организация спортивно-массовых мероприятий	Знает: документы, регламентирующие проведение спортивно-массовых мероприятий; методику организации и проведения спортивных и физкультурно-массовых мероприятий; положение или регламент и расписание спортивных соревнований Умеет: определять цели, задачи и содержание физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых мероприятий с учетом особенностей и интересов занимающихся Имеет практический опыт: подготовки положения о соревновании; определения графиков проведения и программ (сценарных планов) спортивных, спортивно-массовых мероприятий, праздников; составления плана ресурсного обеспечения физкультурно-спортивного праздника, соревнования, дня здоровья и другие мероприятия оздоровительного характера; участия в судействе спортивно-оздоровительных состязаний, проводимых в рамках спортивно-оздоровительного мероприятия, в проставлении приоритетов собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста
1.О.33 Основы проектной деятельности	Знает: основы социального взаимодействия и работы в команде, основы организации проектной деятельности и правовые нормы ее осуществления, естественнонаучные и общетехнические теории и концепции, методы теоретического и экспериментального исследования в профессиональной деятельности Умеет: определять свою роль в команде, осуществлять продуктивное взаимодействие с другими участниками команды, формулировать цель и задачи проектной деятельности, обосновывать способы их решения на основе имеющихся ресурсов и с учетом нормативно-правовых норм, использовать естественнонаучные и общетехнические теории и концепции, методы теоретического и экспериментального исследования для решения проектных задач в профессиональной деятельности Имеет практический опыт: работы в команде, участия в проектной деятельности, применения естественнонаучных и общетехнических теорий и концепций, методов теоретического и экспериментального исследования в профессиональной деятельности
1.Ф.02.М4.01 Введение в педагогическую деятельность	Знает: формулирует задачи в соответствии с целью проекта, свои ресурсы и их пределы (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы Умеет:

	демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели в сфере реализации проекта, критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата Имеет практический опыт: аргументировано отбирает и реализует различные способы решения задач в рамках цели проекта, организации учебной деятельности и использования предоставляемых возможностей для приобретения новых знаний и умений
1.О.09 Менеджмент	Знает: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования, Методы и технологии менеджмента.позволяющие участвовать во всех фазахорганизации производства и организацииобслуживания на предприятиях питанияразличных типов и классов, о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы Умеет: формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели, Использовать методы менеджмента,позволяющие участвовать во всех фазахорганизации производства и организацииобслуживания на предприятиях питанияразличных типов и классов, планировать перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;реализовывать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей Имеет практический опыт: - выбора оптимального способа решения поставленной задачи, исходя из учета имеющихся ресурсов и планируемых сроков реализации задачи; - самоуправления и постановки целей и задач, развития творческого мышления., Работы синструментами менеджмента, позволяющимиучаствовать во всех фазах организациипроизводства и организации обслуживания напредприятиях питания различных типов иклассов, составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели
1.Ф.02.М5.02 Рекреационный потенциал туристских территорий	Знает: понятие, сущность и основные характеристики рекреационного потенциала , методы разработки туристского продукта/проекта на основе рекреационного потенциала региона Умеет: проводить оценку рекреационного потенциала туристских территорий , разрабатывать предложения по формированию туристских продуктов и услуг, реализации туристских проектов на

	определенной территории Имеет практический опыт: анализа инновационных туристских продуктов на основе рекреационного потенциала региона, использования методов мониторинга регионального туристского рынка в процессе реализации туристских проектов на определенной территории
1.Ф.02.М6.01 Концептуальные решения для предприятий ресторанного сервиса	Знает: принципы планирования деятельности в области ресторанного сервиса, конъюнктуру рынка; перспективы, возможности и угрозы рынка; нормативно-правовые основы индустрии питания Умеет: планировать деятельность по направлениям ресторанного сервиса; эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей, составлять план сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей Имеет практический опыт: планирования деятельности в области сервиса; критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей, анализа рынка и деятельности предприятий общественного питания
1.Ф.02.М1.02 Фирменный стиль и брендинг	Знает: методы разработки стратегии бренда, основные этапы процесса разработки элементов бренда, концепции создания фирменного стиля и методы разработки графических элементов фирменного стиля Умеет: оценивать временные затраты и планировать время при работе над проектом, корректировать процесс работы над проектом, исходя из внешних факторов, изучать основные концепции брендинга в рамках поставленных задач, генерировать идеи и разрабатывать фирменный стиль для определенного потребителя Имеет практический опыт: работы инструментами создания и разработки графических элементов бренда
1.Ф.02.М3.01 Спортивные и физкультурно-массовые сооружения и тренажеры	Знает: о своих ресурсах и их пределах (временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы, историю строительства спортивных сооружений; классификацию спортивных сооружений; особенности спортивных сооружений для различных видов спорта; состав спортивных сооружений, их габариты, разметку, пропускную способность; правила эксплуатации спортивных сооружений, оборудования и спортивной техники; параметры и оборудование различных спортивных объектов; расположение зрительских мест на трибунах; расположение помещений и устройства для судей и прессы Умеет: планировать перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, оценивать состояние готовности спортивного оборудования, спортивного

	сооружения или объекта спорта к проведению соревнований и мероприятий Имеет практический опыт:
1.Ф.02.М5.03 Технология проектирования спортивно-оздоровительных услуг	Знает: основные понятия технологии проектирования спортивно-оздоровительных услуг , особенности разработки и реализации спортивно-оздоровительных услуг Умеет: выбирать содержание спортивно-оздоровительных услуг в соответствии с физическим состоянием и подготовленностью туристов , планировать и проводить основные формы физкультурно-оздоровительных занятий туристической направленности Имеет практический опыт: составления и реализации программ спортивно-оздоровительного характера в активных видах туризма, проведения туристских походов для различных групп людей (дети дошкольного и школьного возрастов, взрослыми людьми различных возрастов)
1.Ф.02.М4.02 Педагогические технологии	Знает: знание правовых норм достижения поставленной цели в сфере реализации проекта, требования, предъявляемые к проектной работе, способы представления и описания целей и результатов проектной деятельности, свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели; применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы Умеет: осуществлять поиск необходимой информации для достижения задач проекта, определять ожидаемые результаты решения выделенных задач проекта; проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений, применять знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; анализировать потенциальные возможности и ресурсы среды для собственного развития Имеет практический опыт: формулирования в рамках поставленной цели проекта совокупности взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; решения конкретных задач проекта заявленного качества и за установленное время; публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта, реализации намеченных целей с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста,

	временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков
1.Ф.02.М3.02 Спортивно-оздоровительные и физкультурно-оздоровительные технологии	Знает: теоретико-методические основы физкультурно-оздоровительных технологий , способы реализации при решении профессиональных задач Умеет: формулировать задачи, подбирать соответствующие оздоровительные технологии для решения поставленных задач , осуществлять личностный выбор в различных профессиональных и морально-ценностных ситуациях, оценивать последствия принятого решения и нести за него ответственность Имеет практический опыт: использования технологий для проведения тестирования различных показателей (физического развития и двигательной активности), разработки программ, составления паспортов здоровья
1.Ф.02.М2.01 Управление коммуникациями	Знает: виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; специфику, разновидности, инструменты и возможности современных коммуникативных технологий для академического и профессионального взаимодействия Умеет: устанавливать коммуникации, обеспечивающие успешную работу в проектах Имеет практический опыт: владеть методиками разработки цели и задач проекта на основе эффективных коммуникаций; разработки коммуникационной сети для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды
1.Ф.02.М7.01 Практическая грамматика русского языка как иностранного	Знает: способы формулировки цели и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка , приемы планирования и выстраивания траектории профессионального развития (совершенствования грамматических навыков на русском языке как иностранном) Умеет: формулировать цели и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, а также исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений , планировать и выстраивать траекторию своего профессионального развития (совершенствования грамматических навыков на русском языке как иностранном) на основе навыков самоконтроля Имеет практический опыт: формулирования целей и задач на русском языке в соответствии с грамматическими нормами русского языка, планирования

	траектории развития и совершенствования своих грамматических навыков на русском языке как иностранном
1.Ф.02.М1.03 История искусства и дизайна	Знает: основные культурные и исторические стили мира и России, их характерные черты и элементы; стилевые особенности этнической культуры Южного Урала; историю развития дизайна, основные исторические периоды и их характеристики, современные тенденции и характеристики периодизации в искусстве и дизайне Умеет: узнавать изученные стили в предметах современной материальной культуры, оценивать уместность использования тех или иных стилей в конкретных ситуациях, управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию Имеет практический опыт: создания тематических подборок, отражающих тот или иной стиль, направление дизайна, создания тематических подборок, отражающих тот или иной стиль в заданные временные рамки
1.Ф.02.М2.03 Организация командной работы	Знает: виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; стратегии и принципы командной работы; условия эффективной командной работы Умеет: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; вырабатывать командную стратегию и на ее основе организовать отбор членов команды для достижения поставленных целей; применять принципы и методы организации командной деятельности Имеет практический опыт: владения методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; создания команды для выполнения практических задач разного уровня сложности

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		6
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72

Аудиторные занятия:	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	35,75	35,75
подготовка к зачету	16	16
подготовка к текущему контролю	19,75	19.75
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Введение в дисциплину. Структура маркетинговой деятельности. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности	4	2	2	0
2	Маркетинговые исследования	4	2	2	0
3	Окружающая среда и конкуренция в маркетинге	4	2	2	0
4	Сегментирование	4	2	2	0
5	Товарная политика предприятия	4	2	2	0
6	Ценовая политика предприятия	4	2	2	0
7	Сбытовая политика предприятия	4	2	2	0
8	Коммуникативная политика (Политика продвижения)	4	2	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Предпосылки становления, формирования и развития маркетинга. Основные понятия маркетинга. Эволюция концепций управления на предприятии. Основные цели, задачи, функции и принципы маркетинга.	2
2	2	Понятие и необходимость маркетинговых исследований. Маркетинговая информация. Процесс маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Источники и виды маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований.	2
3	3	Составляющие системы маркетинговой деятельности. Исследование, анализ и прогнозирование рынка: ситуационный анализ, STEP-анализ, SWOT-анализ. Цели и стратегии фирмы.	2
4	4	Массовый и целевой маркетинг. Варианты охвата рынка и стратегии маркетинга. Основные этапы целевого маркетинга. Понятие и цели сегментирования рынка: макро- и микросегментирование. Принципы сегментирования потребительского рынка и рынков предприятия.	2
5	5	Маркетинговое понимание товара. Классификация товаров в маркетинге. Товарная политика и товарный ассортимент. Этапы жизненного цикла товаров. Методы продления жизненного цикла товара. Процесс создания бренда. Рыночная атрибутика товаров. Новый товар в маркетинге.	2
6	6	Цена как элемент в комплексе маркетинга. Классификация цен. Функции цены. Структура и состав цены. Этапы ценообразования. Цели	2

		ценообразования. Внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования.	
7	7	Сбытовая политика предприятия	2
8	8	Коммуникативная политика (Политика продвижения)	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Предпосылки становления, формирования и развития маркетинга. Основные понятия маркетинга. Эволюция концепций управления на предприятии. Основные цели, задачи, функции и принципы маркетинга.	2
2	2	Понятие и необходимость маркетинговых исследований. Маркетинговая информация. Процесс маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Источники и виды маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований.	2
3	3	Составляющие системы маркетинговой деятельности. Исследование, анализ и прогнозирование рынка: ситуационный анализ, STEP-анализ, SWOT-анализ. Цели и стратегии фирмы.	2
4	4	Массовый и целевой маркетинг. Варианты охвата рынка и стратегии маркетинга. Основные этапы целевого маркетинга. Понятие и цели сегментирования рынка: макро- и микросегментирование. Принципы сегментирования потребительского рынка и рынков предприятия.	2
5	5	Маркетинговое понимание товара. Классификация товаров в маркетинге. Товарная политика и товарный ассортимент. Этапы жизненного цикла товаров. Методы продления жизненного цикла товара. Процесс создания бренда. Рыночная атрибутика товаров. Новый товар в маркетинге.	2
6	6	Цена как элемент в комплексе маркетинга. Классификация цен. Функции цены. Структура и состав цены. Этапы ценообразования. Цели ценообразования. Внешние факторы, влияющие на процесс ценообразования.	2
7	7	Сбытовая политика предприятия	2
8	8	Коммуникативная политика (Политика продвижения)	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
подготовка к зачету	Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 152 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/918	6	16
подготовка к текущему контролю	Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М. Маркетинг https://e.lanbook.com/book/93316	6	19,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Семестр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	6	Текущий контроль	Задание 1. Примеры видов маркетинга	0,1	8	1 балл за каждый пример Максимальный балл — 8 Минимальный балл — 4	зачет
2	6	Текущий контроль	Задание 2. Кейс "Пицца Домиано"	0,1	5	Минимальное необходимое количество баллов - 3 Необходимо ответить на вопросы после кейса с аргументами. За каждый аргументированный ответ начисляется по 1 баллу.	зачет
3	6	Текущий контроль	Задание 3. Анкета	0,2	5	1. Необходимо использовать различные типы вопросов, изученных на лекционных занятиях. 2. Необходимо составить 20 вопросов 3. Анкета должна соответствовать специфике специальности, по которой проходит обучение 4. Анкета должна соответствовать цели исследования - выявить потенциальных потребителей, их предпочтения, возможных конкурентов 5. Использование современных технологий - Google опрос За выполнение каждого пункта - 1 балл Минимальное количество баллов - 3	зачет
4	6	Текущий контроль	Задание 4. Окружающая среда и конкуренция в маркетинге	0,1	5	В рамках задания Вам предстоит ответить на вопросы в прикреплённом ниже файле. Правильный ответ необходимо обозначить символом "X" За каждые 20% правильных ответов начисляется 1 балл. Минимальное количество необходимых баллов - 3	зачет
5	6	Текущий контроль	Сегментирование	0,1	5	За каждый критерий сегментирования начисляется 1 балл. Минимальное необходимое количество баллов - 3.	зачет
6	6	Текущий контроль	Товарная политика	0,1	5	Каждая характеристика = 1 балл Минимальное необходимое количество баллов - 3	зачет
7	6	Текущий контроль	Ценовая политика	0,1	9	За каждый правильный ответ - 1 балл	зачет

		контроль				Минимальное необходимое количество баллов - 5	
8	6	Текущий контроль	Сбытовая политика	0,1	6	За каждый правильный ответ Вы получаете 1 (один) балл Минимальное количество правильных ответов – 4 (четыре)	зачет
9	6	Текущий контроль	Коммуникативная политика	0,1	5	Задание будет оценено по 5-бальной шкале в процентном соотношении правильного числа ответов - за каждые 20% правильных ответов начисляется 1 балл.	зачет
10	6	Промежуточная аттестация	Собеседование по вопросам дисциплины	-	5	В процессе собеседования осуществляется контроль освоения компетенций студентом. Собеседование проводится с целью проверки уровня знаний, умений, приобретенного опыта, понимания студентом основных методов и законов изучаемой дисциплины, возможности дополнительно повысить свой рейтинг. Критерии оценивания: - даны полные, развернутые ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса - 5 баллов; - даны ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса с некоторыми затруднениями - 4 балла; - даны частичные ответы на заданные вопросы, студент имеет затруднения в описании основных категорий курса - 3 балла; - даны поверхностные ответы на заданные вопросы, студент не ориентируется в основных категориях курса - 2 балла; - студент не ответил на большую часть заданных вопросов, имеет существенные затруднения в категориях курса - 1 балл; - студент не ориентируется в основных категориях курса - 0 баллов. Максимальное количество баллов – 5 за задание	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине "Маркетинг" на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам дисциплины. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который позволяет получить зачет по дисциплине, который проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60% и более. Не зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %.	
--	--	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
УК-2	Знает: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования;	+	+	+	+	+			+	+	+
УК-2	Умеет: формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели;	+	+		+		+		+	+	+
УК-2	Имеет практический опыт: выбора оптимального способа решения поставленной задачи, исходя из учета имеющихся ресурсов и планируемых сроков реализации задачи;- самоуправления и постановки целей и задач, развития творческого мышления;	+	+	+					+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Амблер, Т. Практический маркетинг [Текст] Т. Амблер ; пер. с англ.: И. Петрова, В. Васильева ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб. и др.: Питер, 1999. - 393, [2] с. ил.
2. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / пер. с англ.: Н. Амид, С. Бородина, Н. Габенов и др.; Под общ. ред. И. В. Крылова. - СПб. : Питер, 2001. - 748 с. : ил.

б) дополнительная литература:

1. Армстронг, Г. Введение в маркетинг Пер. с англ. Г. Армстронг, Ф. Котлер; Под ред. Н. В. Шульпиной. - 5-е изд. - М. и др.: Вильямс, 2000. - 638 с.
2. Чернатони, Л. де Брендинг : Как создать мощный бренд [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг", 080300 "Коммерция", 070801 "Реклама" Л. Чернатони, М. МакДональд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ, 2006. - 543 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал. – М.: ЗАО «Издательский дом Гребенникова».
2. Маркетинг: журнал. – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента.
3. Менеджмент в России и за рубежом: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».

4. Маркетинг услуг: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».
5. Маркетолог: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».
6. Российский журнал менеджмента: журнал. - М.: Агентство «Роспечать».

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 152 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/918>

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 152 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/918>

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Зачет	328 (2)	1. Компьютер с операционной системой Windows и пакетом MS Office - MS Power Point 2. Проектор 3. Экран 4. Колонки
Практические занятия и семинары	328 (2)	1. Компьютер с операционной системой Windows и пакетом MS Office - MS Power Point 2. Проектор 3. Экран 4. Колонки
Лекции	328 (2)	1. Компьютер с операционной системой Windows и пакетом MS Office - MS Power Point 2. Проектор 3. Экран 4. Колонки