СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

Экономический факультет

Кафедра национальной и мировой экономики

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петенко Александр Тимофеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 28.03.2022
Уникальный программный ключ:
28acbc88a6d3ce11b5b992501f9a43df0be7b81d

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

"Маркетинг"

(наименование дисциплины)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 "Экономика"

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

"Финансы и кредит"

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

Сочи,
2021 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является являются формирование теоретических и прикладных профессиональных знаний в области маркетинга и рыночной деятельности, а также развития навыков творческого инициативного использования теоретических знаний в практической деятельности.
Задачи дисциплины:
- освоение основных понятий маркетинга и его видов;
- имение представления о концепциях маркетинга в развитии;
- представление о конъюнктуре рынка и сегментации рынка;
- знание специфики проведения маркетинговых исследований;
- о товарной и сбытовой политике организации;
- представление об коммуникационной политике; представление о инновационной товарной политике в системе маркетинга и о каналах товародвижения.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	**КОМПЕТЕНЦИЯ**
	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	**Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач**
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие
УК-1.2	Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи
УК-1.3	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-1.4	Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата
УК-1.5	Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений
УК-1.6	Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования
УК-1.7	Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характер на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте
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**
УК-2.1	Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта
УК-2.2	Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения
УК-2.3	В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы

УК-2.4	Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.5	Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля
ОПК-2	**Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач**
ОПК-2.1	Знает источники экономической информации, библиографические и статистические базы данных; правила сбора и работы с информацией
ОПК-2.2	Умеет осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения
ОПК-2.3	Владеет навыками сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения
ПК-5	**Способен консультировать клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг**
ПК-5.1	Знает нормативную и правовую базу в области финансовой деятельности, основы макроэкономики, микроэкономики, финансов, финансовой математики, теории вероятностей и математической статистики, современные информационные технологии, справочные и информационные системы в сфере финансового планирования, управления личными финансами, систему розничных финансовых услуг
ПК-5.2	Умеет производить информационно-аналитическую работу по рынку финансовых продуктов и услуг, разъяснять клиентам содержание финансовых и юридических документов в пределах своей компетенции, организовывать и проводить презентации финансовых продуктов и услуг, работать с программными комплексами по управлению клиентскими взаимоотношениями
ПК-5.3	Владеет навыками проведения исследования финансового рынка и изучения предложений финансовых услуг, осуществления операционного и информационного обслуживания клиентов, самостоятельно обратившихся за финансовой консультацией, получения информации об основных показателях финансовой ситуации клиента, мониторинга финансовых возможностей клиента

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части блока Б1.О ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины, практики*	Последующие дисциплины, практики*

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Геоэкономика История История экономических учений Концепции современного естествознания Курсовая работа "Микроэкономика" Линейная алгебра Математический анализ Микроэкономика Основы научных исследований в экономике	Анализ хозяйственной деятельности Аудит Бухгалтерский учет и анализ Курсовая работа "Бухгалтерский учет и анализ" Курсовая работа "Мировая экономика и международные экономические отношения" Макроэкономика Международные стандарты финансовой отчетности Международные финансы Мировая экономика и международные экономические отношения Научно-исследовательская работа Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
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	Введение в профессиональную деятельность Геоэкономика Курсовая работа "Микроэкономика" Микроэкономика Политология Экономическая география	Антикризисное управление Налоги и налогообложение Финансовая математика Финансовое право Экономика и организация бизнеса Экономико-математические методы и модели

ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач	Курсовая работа "Микроэкономика" Линейная алгебра Математический анализ Микроэкономика Основы информационного и библиографического поиска Экономическая география	Анализ хозяйственной деятельности Бухгалтерский учет и анализ Бюджетная система РФ Инвестиции Курсовая работа "Бухгалтерский учет и анализ" Макроэкономика Научно-исследовательская работа Оценка собственности Социально-экономическая статистика Финансовая математика Финансовая среда предпринимательства Финансовая статистика Финансы Эконометрика
ПК-5	Способен консультировать клиентов по использованию финансовых продуктов и услуг		Банковское дело Инвестиции Налоги и налогообложение Преддипломная практика Рынок ценных бумаг Финансовый менеджмент Ценообразование

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг» составляет 3 з.е.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для очной формы обучения.

Вид учебной работы	Всего, ак. ч.	Семестр(-ы)					
		3					
Контактная (аудиторная) работа (всего)	50	50					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
лекции (если предусмотрено)	16	16					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	1	1					
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-	-					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
практические занятия (если предусмотрено)	34	34					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	6	6					
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	58	58					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
в форме практической подготовки (если предусмотрено)	11	11					
Часов на контроль:	-	-					
Промежуточная аттестация в форме: (зачет/дифзачет/ экзамен)	-	ЗаО					
Общая трудоемкость час	108	108					
зач. ед.	3	3	-				

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Основы маркетинга.	
Тема 1.1. Понятия и развитие маркетинга	ЛК
Тема 1.1. Понятия и развитие маркетинга	ПЗ
Тема 1.1. Понятия и развитие маркетинга	СР
Тема 1.2. Рынок и маркетинг	ЛК
Тема 1.2. Рынок и маркетинг	ПР
Тема 1.2. Рынок и маркетинг	СР
Раздел 2. Комплекс маркетинга	
Тема 2.1. Маркетинговые исследования	ЛК
Тема 2.1. Маркетинговые исследования	ПЗ
Тема 2.1. Маркетинговые исследования	СР
Тема 2.2. Товарная политика предприятия	ЛК
Тема 2.2. Товарная политика предприятия	ПЗ
Тема 2.2. Товарная политика предприятия	СР
Тема 2.3. Маркетинговое ценообразование	ЛК
Тема 2.3. Маркетинговое ценообразование	ПЗ
Тема 2.3. Маркетинговое ценообразование	СР
Тема 2.4. Сбытовая политика в системе маркетинга	ЛК
Тема 2.4. Сбытовая политика в системе маркетинга	ПЗ
Тема 2.4. Сбытовая политика в системе маркетинга	СР

Раздел 3. Маркетинговая деятельность на предприятии	
Тема 3.1. Организация маркетинговой структуры на предприятии	ЛК
Тема 3.1. Организация маркетинговой структуры на предприятии	ПЗ
Тема 3.1. Организация маркетинговой структуры на предприятии	СР
Тема 3.2. Коммуникационная политика в системе маркетинг	ЛК
Тема 3.2. Коммуникационная политика в системе маркетинг	ПЗ
Тема 3.2. Коммуникационная политика в системе маркетинг	СР
Тема 3.3. Маркетинговое планирование и стратегирование на предприятии	ЛК
Тема 3.3. Маркетинговое планирование и стратегирование на предприятии	ПЗ
Тема 3.3. Маркетинговое планирование и стратегирование на предприятии	СР

* - ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия; СР – самостоятельная работа.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	**Оснащение аудитории**	**Специализированное учебное/ лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)**
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специализированной мебели; маркерная доска; кафедра; автоматизированное рабочее место преподавателя - компьютер: процессор мощностью не ниже Intel Core i3, монитор LCD не менее 24", Интерактивная панель 86" / проектор Epson; проекционный экран / Телевизор LED 43", имеется выход в интернет	Операционная система Windows 10 Pro Схема лицензирования per-device, номер лицензии 87846770 от 27.05.19 по гос.контракту №31907740983 на ПО ООО “БалансСофт Проекты»; Office Professional 2007 45747882, 46074549 Акт приема-передачи №АПП-95 от 17.07.09 по гос.контракту № 69-09 на программное обеспечение ООО "Микро Лана", Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный 1752-150211-132016 Акт приема-передачи №275 от 21.12.09 по гос.контракту № 83-09 на программное обеспечение ООО "Виста"
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специализированной мебели; интерактивная панель 86", доска аудиторная меловая; автоматизированные рабочие места - компьютер: процессор мощностью не ниже Intel Core i3, оперативная память объемом не менее 8 ГБ, память SSD 250 ГБ/HDD 1 ТБ, видеокарта NVIDIA 1050TI 4ГБ; монитор LCD не менее 24"; имеется выход в интернет	
Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Комплект специализированной мебели; Телевизор LED 65", автоматизированные рабочие места (процессор не ниже Intel Core i3, оперативная память объемом не менее 6 ГБ; SSD 250 ГБ/HDD 1 ТБ), имеется выход в интернет	

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Егоров Ю.Н. Управление маркетингом : Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 238 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=351756
2. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 336 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=367323
3. Бузни Е.Н. История связей с общественностью : Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2018. - 224 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371518
4. Басовский Л.Е., Басовская Е. Н. Маркетинг : Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 233 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=391310
5. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 363 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/489088
6. Голубков Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. - Москва: Юрайт, 2022. - 474 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/507921
7. Диденко Н. И., Скрипнюк Д. Ф. Международный маркетинг : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 409 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/488897
8. Данченок Л. А., Ласковец С. В., Невоструев П. Ю., Мхитарян С. В., Иванова И. Е., Маркова М. В., Корягин Н. Д., Макарова М. В. Маркетинг : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 486 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/488964

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://www.elibrary.ru/
- ЭБС Znanium https://znanium.ru
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://biblioclub.ru
- Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru
- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://mega.rudn.ru/MegaPro/Web

2. Базы данных и поисковые системы:

- свободная энциклопедия Википедия https://ru.wikipedia.org/
- реферативная база данных SCOPUS http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/
- поисковая система Google https://www.google.ru/
- поисковая система Яндекс https://www.yandex.ru/
- справочная правовая система «Консультант Плюс» http://www.consultant.ru/

Концепцией модернизации российского образования определены основные задачи

профессионального образования: «подготовка квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности; удовлетворение потребностей личности в получении соответствующего образования».

Решение этих задач невозможно без такого элемента обучения как самостоятельная работа студентов над учебным материалом. Однако, повысить качество самостоятельной работы можно только при ответственном отношении преподавателя за развитие навыков самостоятельной работы и повышение творческой активности студентов.

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Правильно спланированная и организованная самостоятельная работа студентов позволяет:

-сделать образовательный процесс более качественным и интенсивным;

-способствует созданию интереса к избранной профессии и овладению ее особенностями;

-приобщить студента к творческой деятельности;

-проводить в жизнь дифференцированный подход к обучению.

При организации самостоятельной работы студентов в качестве методологической основы должен применяться деятельный подход, когда обучение ориентировано на формирование умений решать не только типовые, но и нетиповые задачи, когда студент должен проявить творческую активность, инициативу, знания, умения и навыки, полученные при изучении конкретной дисциплины.

Формы самостоятельной работы студентов:

-конспектирование;

-реферирование литературы, аннотирование книг, статей;

-углубленный анализ научно-методической литературы;

-работа с лекционным материалом: проработка конспекта лекций, работа на полях конспекта с терминами, дополнение конспекта материалами из рекомендованной литературы;

-участие в работе семинара: подготовка сообщений, докладов, заданий;

-контрольная работа в письменном виде.

Виды самостоятельной работы:

-познавательная деятельность во время основных аудиторных занятий;

-внеаудиторная самостоятельная работа студентов по выполнению домашних заданий учебного и творческого характера (в том числе с электронными ресурсами);

-самостоятельное овладение студентами конкретных учебных модулей, предложенных для самостоятельного изучения;

-самостоятельная работа студентов по поиску материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ;

-самостоятельная работа во время прохождения практик.

Студенту, получившему задание на выполнение самостоятельной работы, следует рекомендовать:

1.Внимательно изучить материалы, характеризующие курс и тематику задания, прежде всего учебную литературу по дисциплине. Это позволит четко представить, как круг, изучаемых тем, так и глубину их постижения.

2. Составить подборку литературы, достаточную для изучения предлагаемых тем. В учебно-методическом комплексе представлены основной и дополнительные списки литературы. Они носят рекомендательный характер, это означает, что всегда есть

литература, которая может не входить в данный список, но является необходимой для освоения темы. При этом следует иметь в виду, что нужна литература различных видов:
-учебники, учебные и учебно-методические пособия;
-первоисточники. К ним относятся оригинальные работы теоретиков, разрабатывающих проблемы.
-монографии, сборники научных статей, публикации в журналах, любой эмпирический материал;
-справочная литература - энциклопедии, словари, тематические, терминологические справочники, раскрывающие категориально-понятийный аппарат;
3.При изучении учебной литературы, раскрывающей основное содержание той или иной проблемы, понимать, что вопросы в истории любой науки трактовались многообразно. Это объясняется различиями в мировоззренческих позициях, на которых стояли авторы, а также свидетельствует об их сложности, позволяет выделить наиболее значимый аспект в данный исторический период. Кроме того, работа с учебником требует постоянного уточнения сущности и содержания категорий посредством обращения к энциклопедическим словарям и справочникам.
4.При осмыслении теоретических аспектов дисциплины помнить, что абсолютное большинство проблем носит не только теоретический характер, но самым непосредственным образом выходят на жизнь, они тесно связаны с практикой социального развития, преодоления противоречий и сложностей в обществе. Это предполагает наличие у студентов не только знания категорий и понятий, но и умения использовать их в качестве инструмента для анализа социальных проблем. Иными словами, студент должен предпринимать собственные интеллектуальные усилия, а не только механически заучивать понятия и положения.
5.Соотносить изученные закономерности с жизнью. Умение достигать аналитического знания предполагает у студента наличие мировоззренческой культуры. Формулирование выводов осуществляется, прежде всего, в процессе творческой дискуссии, протекающей с соблюдением методологических требований к процессу познания.
6. При поручении студентам самостоятельного задания необходимо предоставлять инструктаж по выполнению этого задания: цель задания; условия выполнения; объем; сроки; требования к оформлению.
* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины на Учебном портале!

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.
* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.