

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.Б.15 Маркетинг**

---

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

**27.03.02 УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**

---

Направленность (профиль)

**27.03.02.01 Управление качеством в производственно-технологических  
системах**

---

Форма обучения

**очная**

---

Год набора

**2019**

---

Красноярск 2022

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

---

должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Основной целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у выпускников теоретических знаний и практических навыков, которые позволят им учитывать маркетинговые аспекты при принятии стратегических и тактических управленческих решений по развитию предприятия сферы услуг на рынке b2b и осуществлять эффективное управление в области профессиональной деятельности в соответствии с направлением подготовки.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

В ходе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- получение студентами представления о маркетинге как о технологии ведения бизнеса, позволяющей выявлять и реализовывать рыночные возможности;
- получение знаний основных принципов разработки стратегий и программ маркетинга;
- изучение методов проведения маркетинговых исследований и информационного обеспечения профессиональной деятельности;
- изучение основ управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
	<b>ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</b>
	<b>ПК-2: способностью применять знание этапов жизненного цикла изделия, продукции или услуги</b>
	<b>ПК-8: способностью осуществлять мониторинг и владеть методами оценки прогресса в области улучшения качества</b>

### 1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=955>.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,5 (54)</b>	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	0,5 (18)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,5 (54)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
				Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1. Концепция маркетинга предприятия</b>											
		1. Концепция маркетинга предприятия	4								
		2. Концепция маркетинга предприятия			3						
		3. Концепция маркетинга предприятия							4		
<b>2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности</b>											
		1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности	2								
		2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности			1						
		3. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности							2		
<b>3. Рынок в системе маркетинга</b>											
		1. Рынок в системе маркетинга	6								
		2. Рынок в системе маркетинга			4						
		3. Рынок в системе маркетинга							6		

<b>4. Реализация рыночных возможностей предприятия</b>								
1. Реализация рыночных возможностей предприятия	10							
2. Реализация рыночных возможностей предприятия			6					
3. Реализация рыночных возможностей предприятия							10	
<b>5. Основы промышленного маркетинга</b>								
1. Основы промышленного маркетинга	12							
2. Основы промышленного маркетинга			2					
3. Основы промышленного маркетинга							12	
<b>6. Организация системы маркетинга на предприятии</b>								
1. Организация системы маркетинга на предприятии	2							
2. Организация системы маркетинга на предприятии			2					
3. Организация системы маркетинга на предприятии							2	
<b>7. Реферат</b>								
1. Реферат							18	
Всего	36		18				54	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Синяева И. М. Маркетинг: Учебное пособие(Москва: Вузовский учебник).
2. Басовский Л.Е., Басовская Е. Н. Маркетинг: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Нагапетьянц Н. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие(Москва: Вузовский учебник).

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Пакет офисных приложений «Microsoft Office» (Word, Excel, PowerPoint) или аналог (Open Office, Libre Office и т.п.)
2. Интернет-браузер (Internet Explorer, Google Chrome и др.) актуальной версии

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. ИАС «Статистика». Режим доступа: <http://www.ias-stat.ru/module/Free/News.aspx> (авторизация по IP-адресам СФУ, логину и паролю)

## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для проведения занятий лекционного типа используются учебные аудитории, укомплектованные демонстрационным оборудованием (проекторами и/или интерактивными досками).

Для проведения занятий семинарского типа (в т.ч. практических занятий) используются учебные аудитории, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СФУ, а также удаленного доступа к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.