

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

2020

Красноярск 2023

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
	ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
	ПК-2: способностью применять знание этапов жизненного цикла изделия, продукции или услуги
	ПК-8: способностью осуществлять мониторинг и владеть методами оценки прогресса в области улучшения качества

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
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	0,5 (18)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,5 (54)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	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
1. Концепция маркетинга предприятия									
	1. Концепция маркетинга предприятия	4							
	2. Концепция маркетинга предприятия			3					
	3. Концепция маркетинга предприятия							4	
2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности									
	1. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности	2							
	2. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности			1					
	3. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности							2	
3. Рынок в системе маркетинга									
	1. Рынок в системе маркетинга	6							
	2. Рынок в системе маркетинга			4					
	3. Рынок в системе маркетинга							6	

4. Реализация рыночных возможностей предприятия								
1. Реализация рыночных возможностей предприятия	10							
2. Реализация рыночных возможностей предприятия			6					
3. Реализация рыночных возможностей предприятия							10	
5. Основы промышленного маркетинга								
1. Основы промышленного маркетинга	12							
2. Основы промышленного маркетинга			2					
3. Основы промышленного маркетинга							12	
6. Организация системы маркетинга на предприятии								
1. Организация системы маркетинга на предприятии	2							
2. Организация системы маркетинга на предприятии			2					
3. Организация системы маркетинга на предприятии							2	
7. Реферат								
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.