

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 27 » декабря 20 22 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Маркетинг
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 180 (5)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика
(код и наименование направления)

Направленность: Экономика (общий профиль, СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Формирование знаний по маркетингу как концепции управления организацией в рыночной среде, умений решения задач маркетинга и навыков анализа и интерпретации маркетинговой информации

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

термины и определения маркетинга;
концепция маркетинга;
методы маркетингового исследования и анализа;
комплекс маркетинга;

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-4	ИД-1ОПК-4	Знает профессиональную терминологию маркетинга, профессиональные задачи маркетинга и способы их решения с учётом критериев экономической эффективности	Знает профессиональную терминологию экономической науки, профессиональные задачи и способы их решения с учётом критериев экономической эффективности	Экзамен

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-4	ИД-2ОПК-4	Умеет критически сопоставлять альтернативные варианты решения задач маркетинга, разрабатывать и обосновать способы их решения с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий, описывать проблемы и ситуации маркетинговой деятельности, используя профессиональную терминологию экономической науки	Умеет критически сопоставлять альтернативные варианты решения поставленных профессиональных задач, разрабатывать и обосновать способы их решения с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий, описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя профессиональную терминологию экономической науки	Индивидуальное задание
ОПК-4	ИД-3ОПК-4	Владеет навыками анализа и интерпретации маркетинговой информации	Владеет навыками анализа и интерпретации финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчётности организации? и ведомств	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	14	14	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	180	180	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
4-й семестр				
Социально-экономические основы маркетинга	6	0	18	36
Тема 1. Основные понятия и определения				
Тема 2. Концепция маркетинга				
Тема 3. Маркетинговое исследование				
Тема 4. Сегментация и позиционирование				
Комплекс маркетинга	8	0	18	54
Тема 5. Товар				
Тема 6. Цена				
Тема 7. Продвижение				
Тема 8. Распределение				
ИТОГО по 4-му семестру	14	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	90

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Выявление потребности

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
2	Роль маркетинга в деятельности компании
3	Факторы маркетинга
4	Концепция маркетинга
5	Маркетинговое исследование
6	Сегментация рынка и позиционирование товара
7	Анализ портфеля продукции
8	Конкурентоспособность товара
9	Разработка нового товара
10	Ценообразование
11	Стимулирование сбыта
12	Реклама
13	Планирование сбытовой деятельности
14	Эффективность маркетинга

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Бронникова Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие. 4-е изд., стер. Москва : КНОРУС, 2016. 208 с. 13,0 усл. печ. л.	5
2	Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015.	5
3	Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. 15-е изд. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2021. 844 с. 89,040 усл. печ. л.	2
4	Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / Боргард Е. А., Карпова С. В., Крайнева Р. К., Козлова Н. П. Москва : Юрайт, 2016. 408 с. 21,42 усл. печ. л.	5
5	Марков Д. А. Маркетинг : учебное пособие / Д. А. Марков. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2010.	59
6	Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавров / Тюрин Д. В., Карпова С. В., Гадиев Г. А., Жильцов Д. А. Москва : Дашков и К, 2017. 365 с. 23 печ. л.	4
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Котлер Ф., Сетиаван А., Картаджайя Х. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения : пер. с англ. Москва : Эксмо : Бомбора, 2022. 270 с. 22,04 усл. печ. л.	1
2	Маркетинг : учебник / Т. Н. Парамонова [и др.]. - Москва: КНОРУС, 2016.	6
3	Маркетинг : учебник для вузов / Н. Д. Эриашвили [и др.]. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.	2
4	Маркетинг : учебник для вузов / Эриашвили Н. Д., Кузнецова Е. И., Цыпкин Ю. А., Симагина С. Г., Ховард К. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 215 с. 13,5 усл. печ. л.	2
5	Маркетинг. Учебник и практикум : учебник для бакалавров / Л. А. Данченко [и др.]. - Москва: Юрайт, 2015.	6

6	Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / Е. А. Боргард [и др.]. - Москва: Юрайт, 2016.	5
7	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / Скоробогатых И. И., Ефимова Д. М., Гринева О. О., Ивашкова Н. И. Москва : КНОРУС, 2020. 568 с. 36,0 усл. печ. л.	1
8	Очковская М. С., Рыбалко М. А. Маркетинг: новые тенденции и перспективы : учебное пособие. 2-е изд., доп. Москва : Проспект, 2019. 175 с. 11,0 усл. печ. л.	3
9	Траут Дж., Райс Э. Маркетинговые войны : мировой бестселлер с комментариями авторов и русскими кейсами [пер. с англ.]. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2022. 288 с. 30,240 усл. печ. л.	3
10	Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавров / Д. В. Тюрин [и др.]. - Москва: Дашков и К, 2017.	4
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Анциферова И. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / И. В. Анциферова. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2014.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPNRPUelib3709	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Власов, В. Б., Нерозина, С. Ю. Основы маркетинга : учебное пособие. Основы маркетинга. Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. 68 с	https://elib.pstu.ru/Record/ipr111482	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Маркетинг / У. Руделиус [и др.]. - Москва: ДеНово, 2001.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPNRPUelib2340	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - Москва: , Финпресс, , 1997 - 2020,	http://www.mavriz.ru/	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Марков Д. А. Маркетинг : учебное пособие / Д. А. Марков. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2010.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPNRPUelib3116	сеть Интернет; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Розова, Н. К. Основы маркетинга : учебное пособие. Основы маркетинга. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021. 136 с.	https://elib.pstu.ru/Record/ir116137	локальная сеть; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Сухов, В. Д., Киселев, А. А., Сазонов, А. И. Маркетинг : учебник. Маркетинг. Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. 353 с.	https://elib.pstu.ru/Record/ir119289	локальная сеть; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Операционные системы	MS Windows XP (подп. Azure Dev Tools for Teaching до 27.03.2022)
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс (экран, компьютер, проектор)	1
Практическое занятие	Компьютеры, объединенные в локальную сеть, с постоянным выходом в Интернет	20

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	Презентационный комплекс (экран, компьютер, проектор)	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Маркетинг»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Общий профиль
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Экономика и управление промышленным производством Экономика и финансы
Форма обучения:	Очная
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Пермь 2022 г.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (4-го семестра учебного плана) и разбито на 2 учебных модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по практическим занятиям и экзамена. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Экзамен
З.1 Знает профессиональную терминологию маркетинга, профессиональные задачи маркетинга и способы их решения с учётом критериев экономической эффективности.	ТТ	РТ	ТВ
У.1 Умеет критически сопоставлять альтернативные варианты решения задач маркетинга, разрабатывать и обосновать способы их решения с учётом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий, описывать проблемы и ситуации маркетинговой деятельности, используя профессиональную терминологию экономической науки.	ОПЗ	ПЗ	ИЗ
В.1 Владеет навыками анализа и интерпретации маркетинговой информации.		ПЗ	ИЗ

Условные обозначения: ТТ – текущее тестирование; РТ – рубежное тестирование; ТВ – теоретический вопрос; ОПЗ – отчет о практическом занятии; ПЗ – практическое задание; ИЗ – индивидуальное задание.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде экзамена, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;

- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;

- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланчного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;

- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме текущего тестирования студентов (приложение 1) и проверки отчетов о практических занятиях (приложение 2) проводится по каждой теме дисциплины. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме рубежного тестирования и проверки выполнения практических заданий после изучения каждого модуля дисциплины.

2.2.1. Рубежное тестирование

Рубежное тестирование (приложение 3) проводится для комплексного оценивания усвоенных знаний (табл. 1.1) после изучения каждого модуля учебной дисциплины.

Критерии оценивания теста:

80% и более верных ответов – оценка «отлично»;

более 60% и менее 80% верных ответов – оценка «хорошо»;

более 40% и менее 60% верных ответов – оценка «удовлетворительно»;

40% и менее верных ответов – оценка «неудовлетворительно»;

2.2.2. Практическое задание

Практическое задание (приложение 4) проводится для комплексного оценивания усвоенных умений и навыков (табл. 1.1) после изучения каждого модуля учебной дисциплины.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты практических заданий приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

Промежуточная аттестация, согласно РПД, проводится в виде экзамена по дисциплине устно по билетам (Приложение 5). Билет содержит теоретический вопрос (Приложение 6) для проверки усвоенных знаний и практические задания (Приложение 4) для проверки приобретенных умений и владений. Оценка уровня приобретенных умений и владений может быть проведена по результатам текущего и рубежного контроля (выполнения практических заданий).

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и задания, контролирующие уровень сформированности всех заявленных компетенций. Форма билета представлена в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.1. Шкалы оценивания результатов обучения на экзамене

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания путем выборочного контроля во время экзамена.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения на экзамене для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля на экзамене считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3.2. Оценка уровня сформированности компетенций

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде экзамена используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.