

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**  
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
 высшего образования  
 "Уральский государственный университет путей сообщения"  
 (ФГБОУ ВО УрГУПС)

## Б1.Б.Д.16 Маркетинг

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Управление в социальных и экономических системах, философия и история</b>		
Учебный план	38.03.01 ЭК-2021.plx 38.03.01 Экономика		
Направленность (профиль)	Экономика строительного бизнеса		
<b>Квалификация</b>	<b>бакалавр</b>		
Форма обучения	<b>очная</b>		
Объем дисциплины (модуля)	<b>4 ЗЕТ</b>		
Часов по учебному плану	144	Часов контактной работы всего, в том числе:	40,3
в том числе:		аудиторная работа	36
аудиторные занятия	36	текущие консультации по практическим занятиям	1,8
самостоятельная работа	72	консультации перед экзаменом	2
часов на контроль	36	прием экзамена	0,5
Промежуточная аттестация и формы контроля:			
экзамен	3		

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель дисциплины - формирование у обучающихся компетенций по разработке и обоснованию организационно-управленческих решений в сфере маркетинга.
1.2	Задачи дисциплины: сформировать базовые теоретические знания по маркетингу; комплексное представление об управлении маркетинговой деятельностью организации; обучить навыкам разработки комплекса маркетинга

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б.Д
<b>2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующей дисциплиной Введение в профессию. В результате изучения предыдущей дисциплины обучающийся должен: Знать: профессиональные стандарты и области профессиональной деятельности; основы отечественного законодательства, касающиеся организационно-управленческих решений; профессиональную терминологию и терминологию отрасли; стандарты организации; способы представления результатов в соответствии с принятыми в организации стандартами. Уметь: применять профессиональную терминологию; оперативно находить нужную информацию в управленческих и рекомендательных документах. Владеть: навыками применения профессиональной терминологии и терминологии отрасли; навыками применения профессиональных стандартов.	
<b>2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
Учебная практика (ознакомительная практика)	

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
<b>ОПК-2: Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;</b>	
<b>ОПК-2.1: Применяет при решении поставленных экономических задач основные методы, способы и средства получения, хранения и переработки информации, современный инструментальный и интеллектуальные информационно-аналитические системы</b>	
<b>ОПК-1: Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач;</b>	
<b>ОПК-1.1: Знает основы экономических, организационных и управленческих теорий для успешного решения профессиональных задач</b>	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	Особенности разработки и обоснования организационно-управленческих решений в сфере маркетинга; методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	Проводить анализ внешней и внутренней маркетинговой информации; разрабатывать и анализировать организационно-управленческие решения в сфере маркетинга
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	Навыками анализа комплекса маркетинга для реализации маркетинговой стратегии организации; навыками экономического обоснования организационно-управленческих решений в сфере маркетинга

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов (академических)	Компетенции	Литература	Активные формы
	<b>Раздел 1. Сущность и содержание маркетинга</b>					
1.1	Основные понятия маркетинга. Концепции маркетинга. Виды маркетинга. Маркетинговая среда организации /Лек/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
1.2	Удовлетворение потребностей покупателей на рынке. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса /Пр/	3	1	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э3	Работа в группе, анализ конкретных ситуаций

1.3	Самостоятельное изучение теоретического материала по теме: "Эволюция маркетинга" /Ср/	3	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
<b>Раздел 2. Маркетинговые исследования и информация</b>						
2.1	Маркетинговая информационная система. Методы сбора маркетинговой информации. Этапы маркетинговых исследований /Лек/	3	2	ОПК-1.1 ОПК-2.1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4 Э5	
2.2	Анализ ошибок в маркетинговом исследовании. Расчет структуры выборки /Пр/	3	4	ОПК-1.1 ОПК-2.1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4 Э5	Работа в группе, решение задач на отработку методики расчета
2.3	Самостоятельное изучение рекомендованной литературы, подготовка к практическому занятию /Ср/	3	8	ОПК-1.1 ОПК-2.1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4 Э5	
<b>Раздел 3. Товарная политика</b>						
3.1	Классификация товаров. Ассортиментная политика. Жизненный цикл товара. Процесс создания нового товара. Товарные марки и бренды. Упаковка /Лек/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
3.2	Классификация товаров и услуг. Структура товарной номенклатуры. Интегральный показатель конкурентоспособности товаров и услуг /Пр/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э3 Э5	Работа в группе, анализ товарной номенклатуры
3.3	Самостоятельное изучение теоретического материала по теме: "Виды жизненного цикла товара", подготовка к практическому занятию /Ср/	3	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э3 Э5	
<b>Раздел 4. Сегментация рынка и позиционирование товара</b>						
4.1	Процесс и критерии сегментации рынка. Позиционирование товара /Лек/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
4.2	Сегментация рынка по трем критериям. Карта позиционирования /Пр/	3	1	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	Работа в группе, разработка карты позиционирования марок
4.3	Самостоятельное изучение рекомендованной литературы, подготовка к практическому занятию, самостоятельное проведение сегментации конкретного рынка /Ср/	3	10	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
<b>Раздел 5. Ценообразование в маркетинге</b>						

5.1	Классификация цен. Методы ценообразования /Лек/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
5.2	Ценообразование в маркетинге /Пр/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	Работа в группе, решение задач на отработку методики ценообразования
5.3	Самостоятельное решение задач по теме "Ценообразование в маркетинге" /Ср/	3	10	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
<b>Раздел 6. Продвижение товара</b>						
6.1	Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью (PR). Личные продажи, прямой маркетинг /Лек/	3	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4 Э5	
6.2	Выбор формы маркетинговых коммуникаций. Расчет эффективности различных форм коммуникации /Пр/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4 Э5	Работа в группе, анализ конкретных ситуаций, решение задач на отработку методики расчета эффективности
6.3	Самостоятельное изучение рекомендованной литературы, подготовка к практическому занятию, самостоятельный анализ стилей рекламного обращения /Ср/	3	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4 Э5	
<b>Раздел 7. Распределение товаров и товародвижение</b>						
7.1	Каналы распределения товаров. Маркетинговые системы распределения. Управление каналами распределения и товародвижение. Организация оптовой и розничной торговли /Лек/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4	
7.2	Построение схем каналов товародвижения. Выбор каналов распределения с учетом объемов продаж /Пр/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э3 Э4	Работа в группе, решение кейс-задачи
7.3	Самостоятельное изучение рекомендованной литературы, подготовка к практическому занятию /Ср/	3	10	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э4	
<b>Раздел 8. Управление маркетингом</b>						
8.1	Типы организационных структур отдела маркетинга. Маркетинговые стратегии. Процесс стратегического маркетинга. Маркетинговый план организации /Лек/	3	2	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2	
8.2	Построение организационной структуры отдела маркетинга. Выбор маркетинговой стратегии /Пр/	3	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э5	Работа в группе, решение кейс-задачи

8.3	Самостоятельное изучение рекомендованной литературы, подготовка к практическому занятию. Подготовка к промежуточной аттестации /Ср/	3	10	ОПК-1.1 ОПК-2.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
8.4	Промежуточная аттестация /Экзамен/	3	36	ОПК-1.1 ОПК-2.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Фонд оценочных материалов по дисциплине, состоящий из ФОМ для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся, разрабатывается по каждой дисциплине и хранится на кафедре. Оценочные материалы дублируются на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт bb.usurt.ru), доступной через личный кабинет обучающегося.

Фонд оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), включая порядок проведения промежуточной аттестации, систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок, примеры типовых заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков, используемых для промежуточной аттестации по дисциплине, приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

##### 6.1.1. Основная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л1.1	Шевченко Д.А.	Основы современного маркетинга: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Л1.2	Нуралиев С.У.	Маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>

##### 6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Григорян Е. С.	Маркетинговые коммуникации: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Л2.2	Рыжикова Т.Н.	Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Л2.3	Лукина А. В.	Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2021	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>
Л2.4	Егоров Ю.Н.	Основы маркетинга: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021	<a href="http://znanium.com">http://znanium.com</a>

##### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.1	Марущак Т. Б.	Маркетинг: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.01 - «Экономика» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>
Л3.2	Марущак Т. Б., Завьялова К. А.	Маркетинг: практикум для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>
Л3.3	Марущак Т. Б.	Маркетинг: курс лекций для студентов направления подготовки 38.03.01 - «Экономика» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2015	<a href="http://biblioserver.usurt.ru">http://biblioserver.usurt.ru</a>

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	BlackBoard - <a href="http://bb.usurt.ru/">http://bb.usurt.ru/</a>
Э2	Энциклопедия маркетинга - <a href="http://www.marketing.spb.ru">www.marketing.spb.ru</a> .
Э3	ОАО РЖД - <a href="http://rzd.ru/">http://rzd.ru/</a>
Э4	Гильдия маркетологов - <a href="https://www.marketologi.ru/">https://www.marketologi.ru/</a>
Э5	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». // <a href="http://www.dis.ru/market/">www.dis.ru/market/</a>

### 6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Неисключительные права на ПО Windows
6.3.1.2	Неисключительные права на ПО Office
6.3.1.3	Система электронной поддержки обучения Blackboard Learn
6.3.1.4	Справочно-правовая система КонсультантПлюс

#### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

6.3.2.1	Справочно-правовая система КонсультантПлюс
6.3.2.2	База данных Федеральной службы государственной статистики
6.3.2.3	Автоматизированная система правовой информации на железнодорожном транспорте АСПИ ЖТ (профессиональная БД)
6.3.2.4	Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс (профессиональная база данных)

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Назначение	Оснащение
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная мебель Демонстрационное оборудование - Комплект мультимедийного оборудования Учебно-наглядные пособия - презентационные материалы
Компьютерный класс - Учебная аудитория для самостоятельной работы студентов	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, предусмотренным пунктом 6.3.1 РПД, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Читальный зал Информационно-библиотечного центра ИБК УрГУПС - Аудитория для самостоятельной работы	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Центр тестирования - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель Моноблоки с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель
Компьютерный класс - Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель Компьютерная техника с установленным лицензионным ПО, включая ПО АСТ-Тест, с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель
Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Специализированная мебель Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования

## **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Эффективное освоение дисциплины предполагает регулярное посещение всех видов аудиторных занятий, выполнение плана самостоятельной работы в полном объеме и прохождение аттестации в соответствии с календарным учебным графиком.

Обучающемуся рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонафицированную электронную карту и уметь пользоваться электронным каталогом «ИРБИС»).

Доступ к информационным ресурсам библиотеки и информационно-справочным системам сети «Интернет» организован в читальных залах библиотеки, в компьютерных классах, в помещениях для самостоятельной работы обучающихся со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Пользование информационными ресурсами расширяет возможности освоения теоретического курса, выполнения самостоятельной работы и позволяет получить информацию для реализации творческих образовательных технологий. Комплект учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины (модуля), размещен на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт [bb.usurt.ru](http://bb.usurt.ru)), доступной через личный кабинет обучающегося.

Методические материалы, разработанные для обеспечения образовательного процесса представлены в электронном каталоге УрГУПС.

Для закрепления теоретического материала в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт [bb.usurt.ru](http://bb.usurt.ru)) размещены тестовые материалы. Число тренировочных попыток ограничено. Тестовые материалы сформированы в логической последовательности в соответствии с изученными темами. Совместная деятельность преподавателя и обучающихся по проверке выполнения мероприятий текущего контроля, предусмотренных рабочей программой дисциплины (модуля) организована в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт [bb.usurt.ru](http://bb.usurt.ru)). Для корректной работы в системе обучающиеся в разделе "Личные сведения" должны ввести актуальный адрес своей электронной почты.

Формы самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине разнообразны. Они включают в себя:

- изучение теоретического материала (учебной, научной, методической литературы, материалов периодических изданий);
- подготовку к занятиям, предусмотренным РПД, мероприятиям текущего контроля, промежуточной аттестации и т.д.

Выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам обучающийся должен в соответствии с календарным планом изучения дисциплины, видами и сроками отчетности.

При выполнении самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется руководствоваться учебно-методическими материалами, размещенными на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт [bb.usurt.ru](http://bb.usurt.ru)), а также учебно-методическими материалами, которые указаны для самостоятельной работы по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)".

Перечень учебно-методических материалов (учебно-методического обеспечения) для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине указан по темам дисциплины в разделе 4 РПД "Структура и содержание дисциплины (модуля)", материалы размещены на странице данного курса в системе электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт [bb.usurt.ru](http://bb.usurt.ru)).

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения освоение дисциплины (модуля) осуществляется в электронно-информационной образовательной среде (образовательная платформа электронной поддержки обучения Blackboard Learn (сайт [bb.usurt.ru](http://bb.usurt.ru))) в рамках созданного курса, что позволяет реализовывать асинхронное и синхронное взаимодействие участников образовательных отношений.