

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

Б1.Б.Д.14 Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Управление в социальных и экономических системах, философия и история		
Учебный план	38.03.02_МТ_2021.plx Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Направленность (профиль)	Управление развитием организации		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Объем дисциплины (модуля)	8 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	288	Часов контактной работы всего, в том числе:	81,1
в том числе:		аудиторная работа	72
аудиторные занятия	72	текущие консультации по практическим занятиям	3,6
самостоятельная работа	144	консультации перед экзаменом	4
часов на контроль	72	прием экзамена	1
Промежуточная аттестация и формы контроля:		Взаимодействие по вопросам текущего контроля:	0,5
экзамен 3, 4 контрольные		контрольная работа	0,5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Неделя	18		18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18		36	18
Практические	18	18	18		36	18
Итого ауд.	36	36	36		72	36
Контактная работа	36	36	36		72	36
Сам. работа	72	72	72		144	72
Часы на контроль	36	36	36		72	36
Итого	144	144	144		288	144

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Формирование у студентов компетенций по разработке элементов комплекса маркетинга для реализации организационно-управленческих решений, направленных на обеспечение конкурентоспособности организации.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОП

Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б.Д
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующей дисциплиной Введение в профессию. Обучающийся должен знать основную терминологию будущей профессии; владеть навыками эффективной самостоятельной работы по поиску, обработке и анализу информации в сфере экономики и управления Статистика	
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Стратегический менеджмент на транспорте Антикризисное управление Технологии электронного бизнеса	

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
ОПК-4.2: Выявляет и оценивает возможности развития организации с учетом имеющихся ресурсов и компетенций
ОПК-4.1: Знает принципы проведения анализа конкурентоспособности организации на рынке и оценки рыночных возможностей

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	Виды маркетинговых стратегий организации.
3.2	Уметь:
3.2.1	Проводить анализ маркетинговой информации; анализировать организационно-управленческие решения в сфере маркетинга; использовать основы экономических знаний при разработке комплекса маркетинга.
3.3	Владеть:
3.3.1	Навыками анализа комплекса маркетинга для реализации маркетинговой стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; навыками оценки экономической эффективности 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
	Раздел 1. Сущность и содержание маркетинга					
1.1	Сущность и содержание маркетинга /Лек/	3	2	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.7Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3	
1.2	Задания: 1. Удовлетворение потребностей покупателей на рынке 2. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса /Пр/	3	1	ОПК-4.1	Л1.3Л3.2 Э1 Э3	Анализ конкретных ситуаций
1.3	Эволюция маркетинга /Ср/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л2.2 Л2.7Л3.2 Л3.4 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Маркетинговые исследования и информация					

2.1	Маркетинговые исследования и информация /Лек/	3	2	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.5Л3.4 Э1 Э3 Э4 Э5	
2.2	Задания: 1. Анализ ошибок в маркетинговом исследовании 2. Расчет структуры выборки /Пр/	3	4	ОПК-4.1	Л1.3Л3.1 Л3.2 Э1 Э3 Э4 Э5	Работа в группе, решение задач
2.3	Анализ практической ситуации /Ср/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л2.2 Л2.5Л3.2 Л3.4 Э1 Э3 Э4 Э5	
Раздел 3. Товарная политика						
3.1	Товарная политика /Лек/	3	2	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.7Л3.4 Э1 Э2 Э3	
3.2	Задания: 1. Классификация товаров и услуг. Структура товарной номенклатуры 2. Интегральный показатель конкурентоспособности товаров и услуг /Пр/	3	2	ОПК-4.1	Л1.3Л3.2 Э1 Э3 Э5	Анализ конкретных ситуаций
3.3	Виды жизненного цикла товара /Ср/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л2.7Л3.2 Л3.4 Э1 Э3 Э5	
Раздел 4. Сегментация рынка и позиционирование товара						
4.1	Сегментация рынка и позиционирование товара /Лек/	3	2	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.7Л3.4 Э1 Э2 Э3	
4.2	Задания: 1. Сегментация рынка по трем критериям 2. Карта позиционирования /Пр/	3	1	ОПК-4.1	Л1.3Л3.2 Э1 Э2 Э3	Работа в группе, решение задач
4.3	Проведение сегментации рынка по теме эссе /Ср/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л2.7Л3.3 Э1 Э2 Э3	
Раздел 5. Ценообразование в маркетинге						
5.1	Ценообразование в маркетинге /Лек/	3	2	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.7Л3.4 Э1 Э2 Э3	
5.2	Решение задач по ценообразованию /Пр/	3	2	ОПК-4.1	Л1.3Л3.2 Э1 Э2 Э3	Работа в группе, решение задач
5.3	Решение задач по ценообразованию /Ср/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л2.7Л3.2 Л3.4 Э1 Э2 Э3	
Раздел 6. Продвижение товара						
6.1	Продвижение товара /Лек/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.4 Л2.6Л3.4 Э1 Э3 Э4 Э5	
6.2	Задания: 1. Выбор формы маркетинговых коммуникаций 2. Расчет эффективности различных форм коммуникации /Пр/	3	2	ОПК-4.1	Л1.3Л3.2 Э1 Э3 Э4 Э5	Анализ конкретных ситуаций, решение задач
6.3	Анализ стилей рекламного обращения /Ср/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л2.4Л3.4 Э1 Э3 Э4 Э5	
Раздел 7. Распределение товаров и товародвижение						

7.1	Распределение товаров и товародвижение /Лек/	3	2	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.8Л3.4 Э1 Э3 Э4	
7.2	Задания: 1. Построение схем каналов товародвижения 2. Выбор каналов распределения с учетом объемов продаж /Пр/	3	2	ОПК-4.1	Л1.3Л3.2 Э1 Э3 Э4	Анализ конкретных ситуаций
7.3	Работа над кейсом /Ср/	3	4	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л3.2 Л3.4 Э1 Э3 Э4	
Раздел 8. Управление маркетингом						
8.1	Управление маркетингом /Лек/	3	2	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.4 Э1 Э2 Э3	
8.2	Задания: 1. Построение организационной структуры отдела маркетинга 2. Выбор маркетинговой стратегии на основе дерева вероятностей /Пр/	3	4	ОПК-4.1	Л1.3Л3.2 Э1 Э2 Э3 Э5	Анализ конкретных ситуаций
8.3	Работа над кейсом /Ср/	3	8	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.3Л3.2 Л3.4 Э1 Э2 Э3	
Раздел 9. Написание эссе						
9.1	Выбор темы эссе. Анализ литературных источников по теме. Подготовка плана эссе. Составление анкеты для проведения маркетингового исследования. Проведение опроса по подготовленной анкете и обработка результатов. Разработка нового продукта или рекомендаций по совершенствованию существующего. Разработка комплекса маркетинга для предлагаемых мероприятий /Ср/	3	36	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л3.1 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
9.2	Промежуточная аттестация /Экзамен/	3	36	ОПК-4.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 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	Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В.	Маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2017	http://znanium.com
Л1.2	Марущак Т. Б.	Маркетинг: курс лекций для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2016	http://biblioserver.usurt.ru
Л1.3	Герасименко В. В.	Маркетинг: Учебник	Москва: Издательство "Проспект", 2016	http://znanium.com

6.1.2. Дополнительная учебная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л2.1	Наумов В. Н.	Стратегический маркетинг: учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2014	http://znanium.com
Л2.2	Жукова	Управление и организация маркетинговой деятельности: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2014	http://znanium.com
Л2.3	Казакова	Маркетинговый анализ: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2014	http://znanium.com
Л2.4	Блюм М. А., Герасимов Б. И., Молоткова Н. В.	Маркетинг рекламы: Учебное пособие	Москва: Издательство "ФОРУМ", 2015	http://znanium.com
Л2.5	Зайцев А. Г., Такмакова Е. В.	Маркетинговые исследования: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО□, 2015	http://znanium.com
Л2.6	Алексунин В. А.	Маркетинговые коммуникации	Москва: Издательско- торговая корпорация "Дашков и К", 2014	http://znanium.com
Л2.7	Басовский Л. Е., Басовская Е. Н.	Маркетинг: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2016	http://znanium.com
Л2.8	Егоров Ю. Н.	Логистика и маркетинг. Теоретические аспекты взаимодействия	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2016	http://znanium.com

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.1	Гришина	Маркетинговые исследования: Практикум	Москва: Вузовский учебник, 2014	http://znanium.com
Л3.2	Марущак Т. Б., Завьялова К. А.	Маркетинг: практикум для студентов направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2016	http://biblioserver.usurt.ru

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Web-ссылка
Л3.3	Марущак Т. Б.	Маркетинг: методические рекомендации к написанию эссе для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2016	http://biblioserver.usurt.ru
Л3.4	Марущак Т. Б., Неганов С. А.	Маркетинг: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения	Екатеринбург: УрГУПС, 2016	http://biblioserver.usurt.ru

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

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

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 проведения практических (занятий семинарского типа) и лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета Технические средства обучения - Комплект мультимедийного оборудования
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
Учебная аудитория для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Специализированная мебель

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.

Студенту рекомендуется ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и взять в библиотеке издания (необходимо иметь при себе персонифицированную 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 студентов со стационарных ПЭВМ, либо с личного ПЭВМ (ноутбука, планшетного компьютера или иного мобильного устройства) посредством беспроводного доступа при активации индивидуальной учетной записи.

Использование 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), доступной через личный кабинет обучающегося.

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

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

- изучение лекционного и дополнительного материала (учебной, научной, методической литературы, материалов периодических изданий);
- подготовку к занятиям, предусмотренных РПД, мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации

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

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

Перечень 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).