

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Мурманский арктический государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «МАГУ»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.О.13 Маркетинг**

(название дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом)

основной профессиональной образовательной программы  
по направлению подготовки

**38.03.02 Менеджмент**

(код и наименование направления подготовки)

**Логистика и управление предприятием**

(наименование направленности (профиля / профилей) / магистерской программы))

**высшее образование – бакалавриат**

уровень профессионального образования: высшее образование – бакалавриат / высшее образование –  
специалитет, магистратура / высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации

**бакалавр**

квалификация

**очная**

форма обучения


**2021**

год набора

**Составитель(-и):**  
Гафуров А.Р., канд.экон.наук,  
доцент кафедры экономики,  
управления и предпринимательского  
права

Утверждена на заседании кафедры  
экономики, управления и  
предпринимательского права  
Института креативных индустрий и  
предпринимательства  
(протокол №7 от 25.03.2021 г.)

Зав. кафедрой

  
\_\_\_\_\_ Беспалова С.В.  
подпись                      Фамилия.И.О.

**1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** – дать основополагающее представление о маркетинге как концепции рыночного управления, важнейших теоретико-методологических понятий, современных тенденций и особенностях его применения.

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Умеет анализировать рынки и отрасли	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия, категории маркетинга;</li> <li>- сущность процесса организации маркетинга;</li> <li>- типы организационных структур управления;</li> <li>- основные методы оценки текущего состояния бизнеса и перспектив его развития;</li> <li>- основные особенности разработки планов маркетинга.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>использовать инструментальный предпланового маркетингового анализа;</li> <li>– использовать инструменты оценки бизнеса;</li> <li>– использовать инструменты планирования маркетинга.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками решения практических задач</li> </ul>
	ОПК-4.2 Осуществляет оценку маркетинговых возможностей и ресурсов организаций	
	ОПК-4.3. Владеет навыками создания бизнес-планов инвестиционных проектов	

**3. УКАЗАНИЕ МЕСТА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплина (модуль) «Маркетинг» относится к обязательной части программы.

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 03 зачетные единицы или 108 часов (из расчета 1 ЗЕ = 36 часов)

Курс	Семестр	Трудоёмкость в ЗЕ	Общая трудоёмкость (час.)	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них в интерактивной форме	Кол-во часов на СРС		Кол-во часов на контроль	Форма контроля
				ЛК	ПР	ЛБ			Общее количество	из них – на курсовую		
1	2	3	108	18	36	-	54	8	27	-	27	Экзамен
Итого:		3	108	18	36	-	54	8	27	-	27	Экзамен

Интерактивная форма реализуется в виде круглых столов, деловых игр и т.д.

**5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.**

№ п/п	Наименование раздела, темы	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них в интерактивной	Кол-во часов на СРС	Кол-во часов на контроль
		ЛК	ПР	ЛБ				
1	Маркетинг как концепция рыночного управления	4	-	-	4	-	5	-
2	Организация маркетинга	4	-	-	4	-	6	-
3	Предплановые маркетинговые исследования	4	12	-	16	2	5	-
4	Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития	4	12	-	16	3	5	-
5	Планирование маркетинга	2	12	-	14	3	6	-
	Экзамен							27
	<b>ИТОГО:</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>54</b>	<b>8</b>	<b>27</b>	<b>27</b>

**Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. Маркетинг как концепция рыночного управления**

Определение понятия «маркетинг». Традиционный и новый маркетинг. Маркетинг в современных условиях и направления его совершенствования. Антикризисный маркетинг.

**Тема 2. Организация маркетинга**

Организационные направления развития и совершенствования концепции маркетинга. Формирование (проектирование) оргструктуры маркетинга. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом.

**Тема 3. Предплановые маркетинговые исследования**

Определение спроса и доли рынка. Методы прогнозирования рыночного спроса и доли рынка. Изучение потребителей. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.

#### **Тема 4. Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития**

Анализ хозяйственного и продуктового портфелей. Ситуационный анализ. Метод SPACE-анализа. Сценарный метод. Анализ разрывов (GAP-анализ). Анализ цепочек ценностей. ABC- и XYZ-анализ. Сегментирование и позиционирование.

#### **Тема 5. Планирование маркетинга**

Общие концепции планирования маркетинга. Особенности разработки планов маркетинга. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки. Организация выполнения и контроль плана маркетинга.

### **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **Основная литература:**

1. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084>

2. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 550 с. : табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02746-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>

#### **Дополнительная литература:**

3. Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 362 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02115-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>

### **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

В образовательном процессе используются:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, ПК, оборудование для демонстрации презентаций, наглядные пособия;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МАГУ.

#### **7.1 ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ:**

7.1.1. Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

Не предусмотрено

7.1.2. Лицензионное программное обеспечение зарубежного производства:

1 Microsoft Office

7.1.3. Свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства:

Не предусмотрено

7.1.4. Свободно распространяемое программное обеспечение зарубежного производства:

Не предусмотрено

#### **7.2 ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ:**

1. ЭБС издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС издательства «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/>

#### **7.3 СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ**

1. Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX
2. Электронная база данных Scopus
3. Базы данных компании CLARIVATE ANALYTICS

#### **7.4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

1. Справочно-правовая информационная система Консультант Плюс  
<http://www.consultant.ru/>
2. ООО «Современные медиа технологии в образовании и культуре».  
<http://www.informio.ru/>

#### **8. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ НА УСМОТРЕНИЕ ВЕДУЩЕЙ КАФЕДРЫ**

Не предусмотрено.

#### **9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ**

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, с учетом специфики освоения и дидактических требований, исходя из индивидуальных возможностей и по личному заявлению обучающегося.