

Компонент ОПОП	39.04.01 Социология, направленность (профиль) /специализация
	Социологические исследования в маркетинге,
	наименование ОПОП
	Б1.В.ДВ.01.02
	шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в современном обществе
---------------------	--

Разработчик:

Гафуров А. Р.

ФИО

доцент

должность

К.Э.Н.

ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры

Экономики и управления

наименование кафедры

протокол № 6 от 20.02.2025

заведующий кафедрой

ЭиУ

Щебарова Н. Н.

подпись

ФИО

Мурманск 2025

Пояснительная записка

Объем дисциплины 2 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1 _{УК-6} Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; ИД-2 _{УК-6} Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста; ИД-3 _{УК-6} Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста; ИД-4 _{УК-6} Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.	Знать: - основные понятия, категории маркетинга; - сущность процесса организации маркетинга; - основные методы оценки текущего состояния бизнеса и перспектив его развития; - основные особенности разработки планов маркетинга. Уметь: - использовать инструментарий предпланового маркетингового анализа; – использовать инструменты планирования маркетинга. Владеть: - навыками решения практических задач.
ПК-1 Способен осуществлять выявление и описание существующих и прогнозируемых экономических, политических или социальных проблем в масштабах общества, отдельных социальных групп, организаций	ИД-1 _{ПК-1} Выявляет и описывает существующие и прогнозируемые экономические, политические или социальные проблемы в масштабах общества, отдельных социальных групп, организаций ИД-2 _{ПК-1} Применяет социологические теории для построения описательных, объяснительных и прогнозных моделей социальных явлений и процессов ИД-3 _{ПК-1} Совершенствует социологические концепции описания и объяснения социальных явлений и процессов	

2. 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.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практически работ представлены в ЭИОС МАУ;
- методические материалы по самостоятельной работе.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, представлен на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным». ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Маркетинг : учебник / А. В. Бугаев, А. О. Васильев, Е. И. Кузнецова [и др.] ; под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2023. – 184 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712652> (дата обращения: 20.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03770-7. – Текст : электронный.
2. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 258 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979> (дата обращения: 20.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05116-6. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

3. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 438 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710166> (дата обращения: 20.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05522-5. – Текст : электронный.

4. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 260 с. : табл. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710991> (дата обращения: 20.03.2024). – ISBN 978-5-394-05058-9. – DOI 10.29030/978-5-394-05058-9-2023. – Текст : электронный.

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1) Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации – URL: <http://pravo.gov.ru>

2) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – URL: <http://window.edu.ru>

3) Справочно-правовая система. Консультант Плюс – URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional

2. Офисный пакет Microsoft Office 2010

3. Операционная система Microsoft Windows XP Professional

4. Офисный пакет Microsoft Office 2007

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 – Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения							
	Очная				Очно-заочная			
	Семестр			Всего часов	Семестр			Всего часов
	2							
Лекции	16			16				
Практические занятия	24			24				
Лабораторные работы	–			–				

Самостоятельная работа	32			32				
Подготовка к промежуточной аттестации	–			–				
Всего часов по дисциплине	72			72				
/ из них в форме практической подготовки								

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	–			–				
Зачет	+			+				
Курсовая работа (проект)	–			–				
Количество расчетно-графических работ	–			–				
Количество контрольных работ	–			–				
Количество рефератов	–			–				
Количество эссе	–			–				

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
	Очная форма
1.	Маркетинг как концепция рыночного управления
2.	Организация маркетинга
3.	Предплановые маркетинговые исследования
4.	Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития
5.	Планирование маркетинга