

Лист согласований

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания (программа бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки 17.08.2020 г., приказ № 1047, зарегистрированного в Минюсте России 09 сентября 2020 г., № 59723

Разработчик

ст.преподаватель института

землеустройства

и агротехнологий

_____ Федорева О.Е.

Руководитель образовательной
программы

_____ Кияшко Н.В.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена Ученым советом Института землеустройства и агротехнологий, протокол от 14.04.2022 г. № 4

1 Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цель: сформировать у обучающихся систему теоретических знаний и практических навыков о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, как о наборе эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции, и как о важной части системы управления предприятием.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

- получение представления о маркетинге как о мировоззрении и культуре, философии и идеологии ведения бизнеса, позволяющем выявлять рыночные
- получение представления об основных принципах маркетинга, о комплексе маркетинга услуг и его составляющих;
- получение знаний основных принципов разработки стратегий и программ маркетинга;
- освоение количественных и качественных методик сбора информации о
- освоение организационных структур маркетинговой деятельности, направленных на удовлетворение рыночных потребностей;
- освоение основ управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением;
- умение принимать решения в меняющейся рыночной ситуации и аргументировать их.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы:

Б1. О.14

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Тип компетенции	Формулировка компетенции	Номер индикатора достижения цели	Формулировка индикатора достижения цели
ПК-3	Проведение маркетинговых исследований, подготовка предложений по повышению эффективности производства и конкурентоспособности продукции, направленных на рациональное использование и сокращение расходов сырья, материалов, снижение трудоемкости производства продукции, повышение производительности труда, экономное расходование энергоресурсов в организации	Индикатор 1	Применять методы обработки данных для анализа технологических процессов производства продукции и использовать технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

- роль маркетинга в управлении компанией;
- принципы, задачи, функции маркетинга;
- содержание маркетинговой концепции управления;
- направления проведения маркетинговых исследований;
- решение конкретной задачи проекта исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;

уметь:

- участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;

- использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков;
- определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач;
- представлять результаты решения конкретной задачи проекта.

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 3 зачетные единицы

Вид учебной работы	Семестр	Всего часов
	4/3курс	
Аудиторные занятия (контактная работа обучающихся с преподавателем), всего	48/14	48/14
В том числе:		
Лекции (Л)	18/6	18/6
Практические занятия (ПЗ)	30/8	30/8
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Семинары (С)	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Коллоквиумы (К)	-	-
Контроль самостоятельной работы	-	-
<i>Другие виды аудиторной работы</i>		
Самостоятельная работа (всего)	60/90	60/90
В том числе:		
курсовой проект (работа), (самостоятельная работа), (КП-КР, СР)	СР	СР
Расчетно-графические работы (РГР)	-	-
Реферат (Р)	-	-
Контрольная работа (КР)	-	-
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	-	-
Контроль	/9	/9
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	зачет	зачет
Общая трудоемкость час/зач.ед.	108/3	108/3

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов (модулей) дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Маркетинг философия	Определение маркетинга как философии бизнеса.

	современного бизнеса	Актуальное определение маркетинга. Виды маркетинга и принципы организации маркетинговой деятельности в компании. Функции маркетинговой деятельности компании. Роль и значение маркетинга в компании и в рыночной экономике
2.	Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений	Макросреда и микросреда маркетинга. Цели и стратегии компании
3.	Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	Структура маркетинговой информационной системы (МИС). Система маркетинговых исследований. Типы маркетинговых исследований. Сбор информации и оценка маркетинговой среды. Качественные и количественные методики маркетинговых исследований. Представление результатов исследования. Информационные технологии в управлении компанией.
4.	Выбор целевого рынка	Сегментирование рынка. Критерии сегментирования потребительских рынков, рынков организованных потребителей. Оценка и выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка. Сущность, значение позиционирования. Дифференцирование рыночного предложения.
5.	Покупательское поведение на потребительских и деловых рынках	Покупательское поведение. Индивидуальные ресурсы потребителей. Внутренние факторы, формирующие покупательское поведение. Процесс принятия решения о покупке. Деловой рынок. Мотивация организованных покупателей. Этапы процесса принятия решения о закупке деловыми потребителями. Способы совершения закупок. Типы деловых закупок
6.	Разработка товарной политики и управление товаром	Товар – ключевой элемент рыночного предложения. Товарная политика. Управление товарным ассортиментом. Марка (бренд) и ее части. Решения относительно упаковки, маркировки, гарантий
7.	Разработка ценовой политики	Цена и ее значение в маркетинге, в общей стратегии компании. Ориентация на потребителя как основа ценовой политики. Структура цен. Внутренние и внешние факторы ценообразования. Ценовые стратегии для товаров - новинок. Инициативное и реактивное изменение цен. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.
8.	Разработка коммуникативной политики	Понятие продвижения, маркетинговой коммуникации. Характеристика основных инструментов продвижения. Классификация маркетинговых коммуникаций. Процесс разработки коммуникативной политики. Решения о комплексе маркетинговых коммуникаций. Методы формирования бюджета на продвижение. Подходы к оценке эффективности коммуникаций.
9.	Управление рекламой, стимулированием сбыта и PR	Реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций. Процесс разработки рекламной кампании. Методы определения экономической эффективности рекламных кампаний. Стимулирование сбыта как инструмент

	маркетинговых коммуникаций. PR как инструмент маркетинговых коммуникаций.
--	---

5.2 Разделы (модули) дисциплины и виды занятий

№	Наименование раздела дисциплины	лекции	практические занятия	лабораторные занятия	СРС	всего часов
1	Маркетинг философия современного бизнеса	2	2		8	12
2	Маркетинговая среда, как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений	2	2		8	12
3	Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	2	4		8	12
4	Выбор целевого рынка	2	4		6	12
5	Покупательское поведение на потребительских и деловых рынках	2	4		6	12
6	Разработка товарной политики и управление товаром	2	2		6	10
7	Разработка ценовой политики	2	4		6	12
8	Разработка коммуникативной политики	2	4		8	14
9	Управление рекламой, стимулированием сбыта и PR	2	4		6	10
	Всего	18	30		60	108

6 Методы и формы организации обучения

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий

Формы Методы	Лекции (час)	Практические занятия (час)	Тренинг Мастер-класс (час)	СРС (час)	Всего
IT-методы					
Работа в команде					
Игра					
Поисковый метод					
Решение ситуационных задач		4			4
Исследовательский метод					
Итого интерактивных занятий		4			4

6.1 Применение активных и интерактивных методов обучения

№	Форма	Тема занятия	Наименование интерактивных	Кол-во часов с
---	-------	--------------	----------------------------	----------------

	занятия		методов	учетом СРС
1	Практическое занятие	Выбор целевых рынков	Решение ситуационных задач	4
2	Практическое занятие	Разработка товарной политики и управление товаром	Деловая игра	2

7 Лабораторный практикум

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом

8 Практические занятия

№	№ раздела дисциплины из таблицы 5.1	Наименование практического занятия	Трудоёмкость (час)
4 семестр			
1	1	Понятие маркетинга компании	2
2	2	Маркетинговая среда компании как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений	2
3	3	Организация маркетинговых исследований	2
4	3	Разработка маркетинговой стратегии и планов компании	2
5	4	Выбор целевого сегмента. Позиционирование	2
6	4	Разработка стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности предприятия (продукции)	2
7	5	Поведение потребителей на потребительских рынках	2
8	5	Поведение потребителей на деловых рынках	2
9	6	Разработка товарной политики и управление товаром	2
10	7	Решение в области ценовой политики	4
11	8	Разработка коммуникативной политики	4
12	9	Маркетинговые каналы, логистика	4
	Итого		30

9 Самостоятельная работа

№ пп	№ раздела дисциплины из таблицы 5.1	Тематика самостоятельной работы (детализации)	Трудоёмкость (час)	Контроль выполнения работы (опрос, тест,
------	-------------------------------------	---	--------------------	--

				дом. задание и т.д.)
1	1	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям). Подготовка доклада	8	Текущий контроль: - контроль на ПЗ. Доклад
2	2	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям). Подготовка доклада	8	Текущий контроль: - контроль на ПЗ. Доклад
3	3	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям). Подготовка доклада	8	Текущий контроль: - контроль на ПЗ. Доклад
4	4	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям)	6	Текущий контроль: - контроль на ПЗ
5	5	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям)	6	Текущий контроль: - контроль на ПЗ
6	6	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям)	6	Текущий контроль: - контроль на ПЗ
7	7	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям)	6	Текущий контроль: - контроль на ПЗ
8	8	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям). Подготовка к тестированию	8	Текущий контроль: - контроль на ПЗ. Тест
9	9	Освоение теоретического учебного материала (в т.ч. подготовка к практическим занятиям)	6	Текущий контроль: - контроль на ПЗ

10 Примерная тематика курсовых проектов

Курсовой проект не предусмотрен учебным планом

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

11.1 Основная литература

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Юрайт, 2019. — 559 с. — ISBN 978-5-534-05818-5.—

URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431782> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.

2.Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — М. : Юрайт, 2019. — 379 с. — ISBN 978-5-534-01165-4.— URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432976> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.

3. Маюрникова, Л. А. Маркетинг в ресторанном бизнесе : учеб. пособие / Л. А. Маюрникова, Н. И. Давыденко, Т. В. Крапива. — Кемерово : КемГУ, [б. г.]. — Часть 1 — 2014. — 101 с. — ISBN 978-5-89289-861-4. — URL: <https://e.lanbook.com/book/72023> (дата обращения: 08.12.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.

11.2 Дополнительная литература

1.Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — М.: Юрайт, 2019. — 314 с. — ISBN 978-5-534-03123-2.— URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433025> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.

2.Маркетинг. Практикум : учеб. пособие / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М.: Юрайт, 2019. — 325 с. — ISBN 978-5-9916-8852-9.— URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432769> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: по подписке ПримГСХА. — Текст : электронный.

3.Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / А.Б. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 336 с

11.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

1.Федореева О.Е. Маркетинг: методические указания по освоению дисциплины (модуля) для обучающихся по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» [Электронный ресурс]: / сост. О.Е. Федореева; ФГБОУ ВО Приморская

ГСХА. – Электрон. текст. дан. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2017. – 23 с. – Режим доступа: <http://de.primacad.ru/>.

2. Федореева О.Е. Маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания»/ сост. О.Е. Федореева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2017. – 40 с.

3. Федореева О.Е. Маркетинг: методические указания по выполнению контрольной работы обучающимися по заочной форме по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» / сост. О.Е. Федореева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2017. – 40 с.

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

Наименование	Назначение
MS Windows 7	Контроль использования и распределения ресурсов вычислительной системы и организация взаимодействия пользователя с компьютером.
MS Office 2010	Создание и редактирование текстовых документов; обработка табличных данных и выполнений вычислений; подготовка электронных презентаций; создание и редактирование рисунков и деловой графики.
Sun Rav Software	Инструмент компьютерного тестирования и создания электронных книг и учебников.
Sumatra PDF	Программа для просмотра электронных документов
ESET Nod 32 Smart Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер для работы в сети Internet

11.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование	Назначение
--------------	------------

Электронно-библиотечная система	Работа в электронно-библиотечной системе издательства «Лань» http://e.lanbook.com/
Электронная библиотека	Работа в электронной библиотеке методических материалов ФГБОУ ВО Приморская государственная сельскохозяйственная академия http://elib.primacad.ru/
Образовательный портал	Работа в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО Приморская государственная сельскохозяйственная академия http://de.primacad.ru/

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименование специальных и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность помещений
692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а Ауд. 3 – Лекционная. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Количество посадочных мест – 70. Стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная меловая. Мультимедийное оборудование переносного типа: проектор Epson EB-X72; экран Projecta 145×145 см на штативе; ноутбук 15,6" Lenovo B590. Учебно-наглядные пособия.
692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а Ауд. 219 – аудитория для практических занятий дисциплин гуманитарно–экономического блока. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Посадочных мест – 24 Стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная меловая Мультимедийное оборудование переносного типа: проектор Sanyo PLC-XU84; экран Projecta 145×145 см на штативе; ноутбук 15,6" Lenovo B590.
692519, Приморский край, г. Уссурийск, ул. Раздольная, д. 8а Читальный зал. Аудитория для самостоятельной подготовки обучающихся	Комплект специальной учебной мебели (стол – 20 шт., стул – 55 шт., стелаж для литературы – 9 шт), 15 ПК Intel Celeron E3200 2,4 GHz, принтер, сканер.

13 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является отдельным документом

14 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Федорева О.Е Маркетинг: методические указания для практических занятий и самостоятельной работы обучающихся по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания»/ сост. О.Е. Федорева; ФГБОУ ВО Приморская ГСХА. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2017. – 40 с.

15 Особенности реализации дисциплины (модуля) для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

15.1 Наличие соответствующих условий реализации дисциплины (модуля)

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления дисциплина реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей). Обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходят занятия, другие условия, без которых невозможно или затруднено изучение дисциплины.

15.2 Обеспечение соблюдения общих требований

При реализации дисциплины на основании письменного заявления обучающегося обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение занятий для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает

трудностей для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего(их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

15.3 Доведение до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме всех локальных нормативных актов ФГБОУ ВО Приморской ГСХА

Все локальные нормативные акты ФГБОУ ВО Приморской ГСХА по вопросам реализации данной дисциплины (модуля) доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

15.4 Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья. Продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачете увеличивается не менее чем на 0,5 часа.