



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Казанский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)

Институт (факультет) экономики
Кафедра управления сельскохозяйственным производством



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-
воспитательной работе и
молодежной политике, доцент
А.В. Дмитриев
«19» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Направление подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) подготовки
Государственная и муниципальная служба

Форма обучения
очная, очно-заочная

Казань – 2022

Составитель: ст. преподаватель


Подпись

Сафиуллин Нияз Азатович

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена на заседании кафедры управления сельскохозяйственным производством «26» апреля 2022 года (протокол № 11)

Врио зав. кафедрой, к.филол.н., доцент:


Подпись

Куракова Чулпан Маликовна

Рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии Института экономики 06» мая 2022 года (протокол № 15)

Председатель методической комиссии:

Доцент, к.э.н., доцент


Подпись

Авхадиев Фаяз Нурисламович

Согласовано:

Директор


Подпись

Низамутдинов Марат Мингалиевич

Протокол Ученого совета Института экономики № 8 от «6» мая 2022 года

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» направленность (профиль) «Государственная и муниципальная служба», обучающийся по дисциплине «Основы маркетинга» должен овладеть следующими результатами:

Код индикатора достижения компетенции	Индикатор достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-1		
УК-1.1	Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.	Знать: механизмы и методики поиска, анализа и синтеза информации, включающие системный подход в области маркетинга Уметь: анализировать задачу, выделять ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи Владеть: методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них
ПК-3		
ПК-3.1	Способен использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной и экономической информации для решения организационно-управленческих задач	Знать: методологические требования к методам сбора информации: опросу, анализу документальных источников, наблюдению Уметь: подготовить полный комплект отчетных материалов по этапу сбора информации (массива данных, методического отчета, контактных ведомостей, аудиозаписей), в согласованном формате в соответствии с требованиями технического задания Владеть: навыками согласования вопросов организации и порядка проведения сбора информации с третьими лицами, вовлеченными в реализацию проекта: руководством предприятий и организаций, органами власти, средствами массовой информации (СМИ), полицией, представителями общественных организаций и различных социальных групп

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части (к части, формируемой участниками образовательных отношений) блока 1 «Дисциплины». Изучается в 3 семестре на 2 курсе и в 3 семестре на 2 курсе при очной форме обучения, на 2 курсе при заочной (очно-заочной)

форме обучения.

Изучение дисциплины предполагает предварительное освоение следующих дисциплин учебного плана: Экономическая теория, Связи с общественностью в органах власти, Экономика, торговая политика и право ВТО

Дисциплина является основополагающей, при изучении следующих дисциплин: Экономика государственного и муниципального сектора, Государственное регулирование налогообложения, Управление проектами

3 Объем дисциплины 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 4 зачетных единиц (з.е.), 144 часов

Таблица 3.1 - Распределение фонда времени по семестрам и видам занятий, в часах

Вид учебных занятий	Очное обучение			Заочное (очно-заочная) обучение	
	3 семестр	х	х	2 курс, 4 сессия	х
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего, час) в том числе:	69	х	х	15	х
- лекции, час в том числе в виде практической подготовки (при наличии), час	34	х	х	4	х
- лабораторные (практические) занятия, час в том числе в виде практической подготовки (при наличии), час	34	х	х	10	х
- зачет, час	1	х	х	1	х
- экзамен, час	х	х	х	х	х
Самостоятельная работа обучающихся (всего, час)	75	х	х	129	х
в том числе: - подготовка к лабораторным (практическим) занятиям, час	45	х	х	78	х
- работа с тестами и вопросами для самоподготовки, час	18	х	х	46	х
- выполнение курсового проекта (работы), час	х	х	х	х	х
- подготовка к зачету, час	12	х	х	5	х
- подготовка к экзамену, час	х	х	х	х	х
Общая трудоемкость час	144	х	х	144	х
з.е.	4	х	х	4	х

4 Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица 4.1 - Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий
(в академических часах)

№ тем ы	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость, в часах							
		лекции		лабораторные (практические) работы		всего аудиторных часов		самостоятельна я работа	
		очн о	заочно (очно- заочно)	очно	заочно (очно- заочно)	очн о	заочно (очно- заочно)	очно	заочно (очно- заочно)
1	Теория маркетинга и его особенности в ГМУ	12	2	12	4	24	6	30	53
2	Товарная политика организации	12	2	12	4	24	6	30	53
3	Управление маркетинговым и коммуникациям и	10		10	2	20	2	15	23
	Итого	34	4	34	10	68	14	75	129

Таблица 4.2 - Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

№	Содержание раздела (темы) дисциплины	Время, ак.час (очно/заочно/очно-заочно)			
		очно		заочно (очно- заочно)	
		всего	в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	всего	в том числе в форме практической подготовки (при наличии)
1	Раздел 1. Теория маркетинга и его особенности в ГМУ				
	<i>Лекции</i>				
1.1	Теоретические основы маркетинга и его особенности в ГМУ	4		1	
1.2	Спрос в системе маркетинга	4		1	
1.3	Система маркетинговых исследований	4			
	<i>Лабораторные (практические) работы</i>				
1.4	Теоретические основы маркетинга и его особенности в ГМУ	4		1	

1.5	Спрос в системе маркетинга	4		1	
1.6	Система маркетинговых исследований	4		2	
2	Раздел 2. Товарная политика организации				
	<i>Лекции</i>				
2.1	Товар и формирование товарной политики	4		1	
2.2	Ценообразование и ценовая политика	4			
2.3	Распределение товаров и товародвижение	4		1	
	<i>Лабораторные (практические) работы</i>				
2.4	Товар и формирование товарной политики	4		1	
2.5	Ценообразование и ценовая политика	4		2	
2.6	Распределение товаров и товародвижение	4		1	
3	Раздел 3. Управление маркетинговыми коммуникациями				
	<i>Лекции</i>				
3.1	Система маркетинговых коммуникаций	4			
3.2	Управление маркетингом	6			
	<i>Лабораторные (практические) работы</i>				
3.5	Система маркетинговых коммуникаций	4		1	
3.6	Управление маркетингом	6		1	

5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Задания и методические указания к практическим занятиям для студентов Института экономики Казанского ГАУ по дисциплине «Маркетинг», Казань: Изд-во Казанского ГАУ, 2018. – 32 с.

6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Представлен в приложении к рабочей программе дисциплины «Основы маркетинга»

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная учебная литература:

1. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 148 с. — ISBN 978-5-394-02156-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93309> (дата обращения: 12.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 292 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/653. - ISBN 978-5-16-101915-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1069190> (дата обращения: 12.04.2020)

3. Маркетинг: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00402-9, 300 экз.

Дополнительная литература

1. Маркетинг: Учебник/Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-010921-3, 200 экз.
2. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/10268. - ISBN 978-5-16-102412-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1073056> (дата обращения: 12.04.2020)
3. Маркетинг: Учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 336 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-003647-2
4. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/10268. - ISBN 978-5-16-102412-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1073056> (дата обращения: 12.04.2020)
5. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-103937-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1078335> (дата обращения: 12.04.2020)
6. Маркетинг : учебное пособие / составители О. Н. Бунчиков [и др.]. — Персиановский : Донской ГАУ, 2019. — 146 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134362> (дата обращения: 12.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <https://www.youtube.com/watch?v=dTuffYPz5pA> — Маркетинг услуг. Заблуждения в маркетинге
2. https://www.youtube.com/watch?v=04qtA4U_lA0 — Экология потребления
3. <https://www.youtube.com/watch?v=97crJmws7m0> — Мега-корпорация P&G. Экологическая программа
4. <https://www.youtube.com/watch?v=BoIDIKMMU00> — Агрохолдинг «Степь»
5. https://www.youtube.com/watch?v=rTBYOCT_NZA — Об антимонопольной политике — Вадим Новиков
6. <https://www.youtube.com/watch?v=4oaF4nhjxlU> — Фермерское хозяйство.
7. <https://www.youtube.com/watch?v=H2b5eHaJpkk> — Как повысить уровень лояльности?
8. <https://www.youtube.com/watch?v=sU1dGcNTPwk> — Магазины США отказываются продавать вещи Иванки Трамп
9. <https://www.youtube.com/watch?v=w680qkY6t38> — Маркетинг услуг. Как правильно позиционировать бизнес?
10. <https://www.youtube.com/watch?v=erF8dQgZCa8> — Наука продавать
11. <https://www.youtube.com/watch?v=iM-M6fIVZpM> — Анализ конкурентов.
12. <https://www.youtube.com/watch?v=nvy0EnDaf0c> — «Умные» технологии в современном мире
13. <https://www.youtube.com/watch?v=Hoc8-SRDcuE> — Производство аммиака и удобрений.
14. <https://www.youtube.com/watch?v=8hcRJCkrKaNo> — Почему кофейная шелуха стала стоить дороже кофе?

15. https://www.youtube.com/watch?v=U1VRIWb_WHI — Изобретения, которые не обогатили своих создателей
16. <https://www.youtube.com/watch?v=XUCi8A8WM4k> — Упаковка из гофрокартона
17. <https://www.youtube.com/watch?v=AlwAB6DScHA> — Благовещенские производители стараются держать цены
18. https://www.youtube.com/watch?v=8sJD_x3ynME — Иркутская область заморозила цены на продукты повседневного спроса
19. <https://www.youtube.com/watch?v=sovm4028gs0> — Ценообразование. Виды цен
20. <https://www.youtube.com/watch?v=qHuQtrbV6Nw> — Приобретение франшизы. Преимущества для франчайзи.

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Задания и методические указания к практическим занятиям для студентов Института экономики Казанского ГАУ по дисциплине «Маркетинг», Казань: Изд-во Казанского ГАУ, 2018. – 32 с.

10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Форма проведения занятия, самостоятельной работы	Используемые информационные технологии	Перечень информационных справочных систем (при необходимости)	Перечень программного обеспечения
Лекции	Мультимедийные технологии в сочетании с технологией проблемного изложения	Гарант-аэро (информационно-правовое обеспечение)	1. Microsoft Windows XP Prof, x64 Ed. 2. Microsoft Office Standart 2016, в составе: - Word - Excel - PowerPoint - Outlook - OneNote - Publisher 3. «Антиплагиат. ВУЗ». ЗАО «Анти-Плагат». 4. LMSMoodle (модульная объектно-ориентированная динамическая среда обучения) 5. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
Практические занятия			
Самостоятельная работа			

--	--	--	--

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекции	№39 Лекционная аудитория с мультимедийным оборудованием 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К.Маркса, д.65 Специализированная мебель: набор учебной мебели на 70 посадочных мест; доска – 2 шт., кафедра-1 шт., стол для ноутбука-1 шт. Учебно-наглядные пособия: настенные плакаты «Гуманитарные науки» 14 шт. Ноутбук ASUS K50C, мультимедиа проектор EPSON – 1 шт., экран ScreenMedia -1 шт.; доска, трибуна, стол и стул для преподавателя, столы и стулья для студентов.
Практические занятия	№46 Аудитория для практических и семинарских занятий 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К.Маркса, д.65 Специализированная мебель: набор учебной мебели на 48 посадочных мест; доска меловая – 1 шт.; трибуна – 1 шт Учебно- наглядные пособия –по государственно- муниципальному управлению – 8 шт.
Самостоятельная работа	№ 18 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К.Маркса, д.65 Специализированная мебель: Компьютеры - процессор IntelCeleron E3200 2,4, ОЗУ1 gb, HDD 160gb,-14 шт., Мониторы 19*LG – 14 шт., Ионизатор- 2 шт., ХАБ Dlink 24порта; Принтер HP LG м 1005 – 1 шт., стол для преподавателя – 1 шт., стул для преподавателя- 1 шт., столы для студентов- 14 шт. стулья для студентов- 14шт., шкаф-1 шт., зеркало-1 шт. № 20 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К.Маркса, д.65 Специализированная мебель: Компьютеры - процессор IntelCeleron, ОЗУ 500mb, HDD 80gb – 29 шт., Мониторы 17*Dell – 7 шт.,

	Мониторы 17* Asus – 20 шт., Ионизатор – 2 шт., доска-1шт., столы для преподавателей- 4шт., стулья для преподавателей -4 шт., столы для студентов- 28 шт., стулья для студентов- 28 шт., скамейка-1 шт., кондиционер-1шт. № 41 Компьютерный класс для самостоятельной работы. 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. К.Маркса, д.65 Специализированная мебель: Компьютеры – процессор IntelCeleron, ОЗУ 500mb, HDD 80gb – 18 шт., Мониторы 18 шт., Ионизатор – 2 шт., столы и стулья для студентов, набор учебной мебели на 26 посадочных мест, стол и стул для преподавателя – 1 шт.
--	--