

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Луковникова Елена Ивановна
 Должность: Проректор по учебной работе
 Дата подписания: 21.12.2021 16:39:03
 Уникальный программный ключ:
 890f5aae3463de1924cbcf76ac5d7ab89e9f63d2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
 ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

"БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Е.И. Луковникова
28 мар

Е.И. Луковникова

20 21 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.01 Основы маркетинга

Закреплена за кафедрой **Базовая кафедра Воспроизводства и переработки
 лесных ресурсов**

Учебный план b150302_21_МЛ.plx

Направление: 15.03.02 Технологические машины и
 оборудование

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:

Зачет 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
Неделя	10			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	10	10	10	10
Практические	20	20	20	20
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	30	30	30	30
Контактная работа	30	30	30	30
Сам. работа	42	42	42	42
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

д.с.-х.н., доц., Гребенюк А.Л. 

Рабочая программа дисциплины

Основы маркетинга

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 15.03.02 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ МАШИНЫ И ОБОРУДОВАНИЕ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 20.10.2015 г. № 1170)

составлена на основании учебного плана:

Направление: 15.03.02 Технологические машины и оборудование
утвержденного приказом ректора от 01.03.2021 протокол № 80.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Базовая кафедра Воспроизводства и переработки лесных ресурсов

Протокол от 20 04 2021 г. № 9

Срок действия программы: 2021 - 2025 уч.г.

Зав. кафедрой Гарус И.А. 

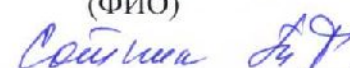
Председатель МКФ

доцент, к.т.н., Варданян М.А.  пр. № 8 от 27.04.2021 г.

Ответственный за реализацию ОПОП  

(подпись)

(ФИО)

Директор библиотеки  

(подпись)

(ФИО)

№ регистрации 517

(методический отдел)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование у будущих бакалавров знаний о ведении маркетинговой деятельности и практических навыков по её организации
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.06.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Защита интеллектуальной собственности	
2.1.2	Технологическое предпринимательство	
2.1.3	Экономика и управление машиностроительным производством	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	
2.2.2	Организация и планирование производства на предприятиях лесного комплекса	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности****ПК-7: умением проводить предварительное технико-экономическое обоснование проектных решений****В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

3.1	Знать:	
3.1.1	принципы управления инновациями, виды инноваций и организационные структуры инновационного менеджмента, значение и выбор инновационной стратегии, управление исследовательскими проектами;	
3.1.2	правовые формы предприятий лесной отрасли и их выбор; производственную программу и мощности предприятия; основные фонды и оборотные средства лесной промышленности; трудовые ресурсы, организацию заработной платы рабочих и служащих.	
3.2	Уметь:	
3.2.1	применять имеющиеся методы для решения технико-экономических, организационных и управленческих вопросов в машиностроении, пользоваться основными терминами и понятиями в области управления инновациями; применять теоретические знания в практической деятельности;	
3.2.2	применять теоретические знания в практической деятельности; анализировать происходящие изменения в лесной промышленности и в соответствии с полученными знаниями принимать обоснованные решения.	
3.3	Владеть:	
3.3.1	практическими навыками решения конкретных технико-экономических, организационных и управленческих вопросов в машиностроении;	
3.3.2	методиками внедрения новой техники; методиками расчета капитальных вложений, навыками для выбора и обоснования научно-технических и организационных решений на основе экономических решений	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел	Раздел 1. Методология современного маркетинга						
1.1	Лек	Процесс маркетинговых исследований	8	2	ОК-3 ПК-7	Л1.1 Л1.2	0	ОК-3, ПК-7
1.2	Пр	Изучение покупательских предпочтений	8	6	ОК-3 ПК-7	Л3.1	0	ОК-3, ПК-7
1.3	Лек	Окружающая среда маркетинга	8	2	ОК-3 ПК-7	Л1.1 Л1.2	2	лекция-визуализация ОК-3, ПК-7
1.4	Ср	Подготовка к ПЗ	8	20	ОК-3 ПК-7	Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4	0	ОК-3, ПК-7
1.5	Зачёт		8	0	ОК-3 ПК-7	Л1.1 Л1.2	0	ОК-3, ПК-7
	Раздел	Раздел 2. Управление маркетингом на предприятии						

2.1	Лек	Рынок предприятий и его разновидности, товар и товародвижение	8	4	ОК-3 ПК-7	Л1.1 Л1.2	2	лекция-визуализация ОК-3, ПК-7
2.2	Пр	Товар его свойства, конкурентоспособность и ассортимент.	8	8	ОК-3 ПК-7	Л3.1	4	методы группового решения творческих задач ОК-3, ПК-7
2.3	Лек	Система планов и стратегии маркетинга	8	2	ОК-3 ПК-7	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4	0	ОК-3, ПК-7
2.4	Пр	Конкуренция как элемент маркетинговой среды предприятия	8	6	ОК-3 ПК-7	Л3.1	2	мозговой штурм ОК-3, ПК-7
2.5	Ср	Подготовка к ПЗ	8	22	ОК-3 ПК-7	Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4	0	ОК-3, ПК-7
2.6	Зачёт		8	0	ОК-3 ПК-7	Л1.1 Л1.2	0	ОК-3, ПК-7

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Традиционная (репродуктивная) технология (преподаватель знакомит обучающихся с порядком выполнения задания, наблюдает за выполнением и при необходимости корректирует работу обучающихся)

Технология дистанционного обучения (получение образовательных услуг без посещения университета, с помощью современных систем телекоммуникации (электронная почта, Интернет и др.))

Образовательные технологии с использованием активных методов обучения (лекция – беседа, лекция – дискуссия, проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция с заранее запланированными ошибками, лекция – пресс-конференция, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция-консультация, занятия с применением затрудняющих условий, методы группового решения творческих задач, метод развивающейся кооперации)

Образовательные технологии с использованием интерактивных методов обучения (круглый стол (дискуссия, дебаты), семинар - исследование, семинар «Пресс – антипресс», мозговой штурм (брейншторм, мозговая атака), деловые, имитационные, операционные и ролевые игры, case-study (анализ конкретных ситуаций, ситуационный анализ), мастер класс, дидактические игры)

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Контрольные вопросы и задания

вопросы для практических работ

1. Методы получения информации в маркетинге?
2. Интервью как метод сбора информации, их анализ преимуществ?
3. Основные группы целей маркетингового исследования?
4. Планирование и организация маркетинговых исследований?
5. Новые товары: сущность, критерии их определения, освоение рынка новым
6. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга и товарами?
7. Как определить основные технические, функциональные, и экономические параметры конкурирующих между собой товаров
8. Как определить объем продаж в стоимостном и натуральном выражении, себестоимости товара и прибыли?
9. Изобразить графически жизненный цикл товара
10. Какие элементы включает фирменный стиль?
12. Основы и реализация ценовой стратегии?
13. Принципы планирования и основные задачи планирования в маркетинге
14. Назовите основные типовые стратегии ценообразования?
15. Назовите экономические характеристики отдельных типов стратегий ценообразования?
16. Охарактеризуйте и приведите примеры стратегии ценового прорыва?
17. Приведите примеры стратегии скорейшего возврата средств?
18. Сервис в системе товарной политики?
19. Реализация товара каналы распределения и товародвижение?
20. Формирование спроса и стимулирование сбыта и продажи?

Групповое решение творческих задач

Задача: определить сегментацию рынка товаров производственных предприятий отрасли

Мозговой штурм

Тема: средство коммуникаций производственных предприятий

6.2. Темы письменных работ

не предусмотрено

6.3. Фонд оценочных средств

Вопросы к зачету

- 1 Предмет, содержание и задачи курса
- 2 Основные концепции маркетинга его виды, структура
- 3 Сущность и виды маркетинга
- 4 Маркетинг в структуре управления предприятием
- 5 Оргструктуры служб маркетинга
- 6 Бюджет маркетинга
- 7 Организация и планирование маркетинговой деятельности
- 8 Маркетинговая среда организации.
- 9 Функции управления маркетингом
- 10 Стратегия и ее составляющие элементы
- 11 Конкуренция и методы ее осуществления
- 12 Методы сбора информации о конкурентах
- 13 Экономико-правовая основа развития и организация конкуренции
- 14 Виды маркетинговой информации
- 15 Маркетинговые информационные системы
- 16 Методы получения первичной информации
- 17 Этапы проведения маркетинговых исследований
- 18 Комплекс маркетинга
- 19 Классификация товаров
- 20 Концепции жизненного цикла товаров
- 21 Планирование товарного ассортимента
- 22 Критерии оценки новизны товара
- 23 Конкурентоспособность товара
- 24 Основные подходы формирования цен.
- 25 Стратегии тактики ценообразования.
- 26 Методы ценообразования
- 27 Продвижение товаров в комплексе маркетинга.
- 28 Понятие рекламы
- 29 Виды рекламы
- 30 Функции рекламы
- 31 Планирование рекламной компании
- 32 Паблик рилейшенз
- 33 Стимулирование сбыта

6.4. Перечень видов оценочных средств

Вопросы для практических работ
Решение творческих задач
Мозговой штурм
Вопросы к зачету

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**7.1. Рекомендуемая литература****7.1.1. Основная литература**

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
ЛП. 1	Басовский Л.Е.	Маркетинг: Курс лекций	Москва: ИНФРА-М, 1999	33	
ЛП. 2	Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К, 2020	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573172

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
ЛП. 1	Моосмюллер Г., Ребик Н.Н.	Маркетинговые исследования с SPSS: Учеб. пособие для вузов	Москва: Инфра-М, 2007	11	
ЛП. 2	Андреева О.Д.	Технология бизнеса: маркетинг: Учебное пособие	Москва: ИНФРА-М; НОРМА, 1997	9	

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л2.3	Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю., Красильнико в С.А.	Маркетинг: Учебник для вузов	Москва: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1996	6	
Л2.4	Голубкова Е.Н.	Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие	Москва: Финпресс, 2003	29	
7.1.3. Методические разработки					
	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л3.1	Кондратенко Н. М.	Маркетинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата	Москва: Юрайт, 2015	20	
7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"					
Э1					
7.3.1 Перечень программного обеспечения					
7.3.1.1	Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level				
7.3.1.2	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level				
7.3.1.3	Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN 1 license No Level				
7.3.1.4	Архиватор 7-Zip				
7.3.1.5	Adobe Reader				
7.3.1.6	doPDF				
7.3.1.7	LibreOffice				
7.3.1.8	Apache OpenOffice				
7.3.1.9	Программное обеспечение для мультимедиа-лингфонного комплекта RINEL-LINGO, позволяющего реализовать функциональные возможности мультимедийного компьютерного класса				
7.3.1.10	Программное обеспечение "Визуальная студия тестирования"				
7.3.1.11	Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Security.				
7.3.1.12	Справочно-правовая система "Консультант Плюс"				
7.3.2 Перечень информационных справочных систем					
7.3.2.1	Национальная электронная библиотека НЭБ				
7.3.2.2	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)				
7.3.2.3					
7.3.2.4	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU				
7.3.2.5	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"				
7.3.2.6	Электронная библиотека БрГУ				
7.3.2.7	Электронный каталог библиотеки БрГУ				
7.3.2.8	«Университетская библиотека online»				
7.3.2.9	Издательство "Лань" электронно-библиотечная система				
7.3.2.10	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»				
7.3.2.11	ИСС "Кодекс". Информационно-справочная система				
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
2111	Аудитория для самостоятельной работы студентов	Учебная мебель			
2201	читальный зал №1	Учебная мебель Оборудование 10- ПК i5-2500/H67/4Gb (монитор TFT19 Samsung); принтер HP Laser Jet P2055D			

2414	Лаборатория оборудования деревообрабатывающей отрасли	Дереворежущие инструменты: пилы рамные, пилы круглые, сверла, фрезы, ножи, шлифовальный инструмент. Два приспособления для определения напряженного состояния рамных и круглых пил. Приспособление для определения торцового биения круглых пил. Инструмент для измерения: штангенциркули, индикаторы часового типа, микрометры, щупы, линейки, транспортиры. Пресс мембранно-вакуумный Master Compact, Пылеулавливающий агрегат 2 входа с фильтрующей кассетой и ручной регенерацией УВП-3000С-ФК2, Станок кромкооблицовочный для прямолинейных и криволинейных деталей FL-91В, Станок круглопильный форматнораскроечный с наклоняемой пилой и подвижной кареткой FL-3200, Станок кромкооблицовочный FL430, Станок круглопильный форматнораскроечный с наклоняемой пилой и подвижной кареткой FL-3200, Станок кромкооблицовочный FL430, Станок полуавтомат усозарезной односторонний с функцией фрезерования двойных пазов под пластмассовые вставки WoodTec-DR, Станок сверлильно-присадочный FL21
3318	Лекционная аудитория	Учебная мебель
3332	Дисплейный класс	Учебная мебель Оборудование-10 шт. ПК P4-640 (монитор TFT 17 LG L1753S-SF); проектор EPSON Multi Media Projector EB-S62;
3324	Комплексная лаборатория лесного хозяйства, таксации леса и древесиноведения	Учебная мебель 1 Интерактивная доска торговой марки Promethean модель ActvBoard587 Pro 2 Проектор мультимедийный торговой марки «CASIO» 3 Персональный компьютер AMD Athlon X27550 4 Монитор LCD 19 Samsung 943 5 Высотомер PM -5/1520 6 Высотомер Suunto 7 Высотомер BA 8 Высотомер ВН-1 9 Высотомер угломер лесной ВУЛ-1 10 Высотомер – кронометр ВК-1 11 Микроскоп Биомед С-1- 3 шт. 12 Микроскоп МБС-10 13 Бурав приростной возрастной

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины предполагает усвоение теоретического материала на лекциях, выполнение практических занятий с целью получения навыков работы с персональным компьютером, применение изученного материала для выполнения заданий по самостоятельной работе, а также промежуточный контроль в виде зачета.

Основной задачей лекции является раскрытие содержания темы, разъяснение ее значения, выделение особенностей изучения. В ходе лекции устанавливается связь с предыдущей и последующей темами, а также с другими областями знаний, определяются направления самостоятельной работы студентов.

В конце лекции преподаватель ставит задачи для самостоятельной работы, дает рекомендации по изучению литературы, оптимальной организации самостоятельной работы, чтобы при наименьших затратах времени получить наиболее высокие результаты.

С целью успешного освоения лекционного материала рекомендуется осуществлять его конспектирование. Механизм конспектирования лекции составляют: - восприятие смыслового сегмента речи лектора с одновременным выделением значимой информации; - выделение информации с ее параллельным свертыванием в смысловой сегмент; - перенос смыслового сегмента в знаковую форму для записи посредством выделенных опорных слов; - запись смыслового сегмента с одновременным восприятием следующей информации.

На лекциях, темы и разделы дисциплины, освещаются в связке и логической последовательности. Рекомендуется особое внимание обращать на проблемные моменты, акцентируемые преподавателем. Именно на эти моменты будет обращено внимание при проведении практических занятий и на промежуточном контроле.

В основе подготовки к практическим занятиям лежит самостоятельная работа обучающихся по заданиям, заранее выданным преподавателем, и работа с учебной и методической литературой. Практические занятия направлены на развитие у обучающихся навыков в исследовательской деятельности и основными инструментами инновационной деятельности для повышения эффективности деятельности организации; коллективное обсуждение наиболее важных проблем изучаемого курса, решение практических задач и разбор конкретных ситуаций.

Основные цели и задачи, которые должны быть достигнуты в ходе выполнения самостоятельной работы, следующие: углубление и закрепление знаний по дисциплине; способствование развитию у обучающегося навыков работы с научной литературой, статистическими данными; развитие навыков практического применения полученных знаний.

Самостоятельную работу по дисциплине следует начать сразу же после занятия. Для работы необходимо ознакомиться с учебным планом группы и установить, какое количество часов отведено в целом на изучение дисциплины, а также на самостоятельную работу. Далее следует ознакомиться с графиком организации самостоятельной работы обучающихся и строить свою самостоятельную работу в течение семестра в соответствии с данным графиком. При этом целесообразно начинать работу по любой теме дисциплины с изучения теоретической части. Далее, по темам, содержащим эмпирический материал, следует изучить и проанализировать статистические данные. Теоретический и эмпирический материал обучающемуся необходимо изучать в течение семестра в соответствии с темами, указанными в графике. Кроме того, по эмпирическому материалу следует описать результаты анализа статистических данных в форме таблицы, диаграммы, тезисов.

В целях более эффективной организации самостоятельной работы обучающимся следует ознакомиться с нормативными актами и специальной литературой, рекомендуемыми преподавателем, а также списком вопросов к зачету.