

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭиУ
Сычева

И.Н.

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: **Б1.Б.9 «Маркетинг»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **23.03.01
Технология транспортных процессов**

Направленность (профиль, специализация): **Организация и безопасность движения**

Статус дисциплины: **обязательная часть (базовая)**

Форма обучения: **заочная**

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	Н.А. Мягкова
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиПМ»	В.А. Любичка
	руководитель направленности (профиля) программы	А.Н. Токарев

г. Барнаул

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

Код компетенции из УП и этап её формирования	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
		знать	уметь	владеть
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Основы маркетинга, систему маркетинговых исследований, сегментирование рынка, ценообразование в маркетинге, коммуникационную политику.	выполнять расчеты по основным вопросам маркетинга: формирование цены; проводить анализ конкурентоспособности товара, предприятия; определение ёмкости рынка.	навыками проведения маркетинговых исследований, выбора стратегий маркетинга, формирования коммуникационной политики фирмы.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Транспортная инфраструктура, Экология
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Моделирование транспортных процессов, Организация транспортных услуг и безопасность транспортного процесса, Проектирование схем организации дорожного движения, Техника транспорта, обслуживание и ремонт

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 2 / 72

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
заочная	6	0	6	60	14

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

Форма обучения: заочная

Семестр: 1

Лекционные занятия (6ч.)

1. Концептуальные основы маркетинга. Система маркетинговых исследований. Сегментирование и выбор целевых рынков. Целевой маркетинг и позиционирование товара. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.) [Выбрать литературу] Маркетинг - основа предпринимательской деятельности, ключевой фактор в управлении фирмой.

Сущность, цели, виды маркетинга. Концепции маркетинга.

Маркетинг и общество. Маркетинговая среда организации.

Источники маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Схема маркетингового исследования. Методы сбора маркетинговой информации.

Сегментирование рынка. Принципы, критерии и методы сегментирования промышленных рынков. Выбор целевых сегментов рынка.

2. Товарная политика фирмы. Ценообразование в маркетинге. Распределительная политика фирмы. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.) [Выбрать литературу] Виды товаров, их классификация. Товар и его коммерческие характеристики. Конкурентоспособность товара. Марка (бренд) и марочная политика. Упаковка и основные функции и факторы воздействия на покупателей.

Управление ассортиментом продукции. Концепция жизненного цикла товара.

Значение цены и факторы, влияющие на решение по ценам. Выбор стратегии ценообразования. Выбор метода ценообразования. Виды скидок и условия их применения.

Каналы распределения и их функции. Уровни и типы организации систем товародвижения. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы. Торговые посредники и их классификация.

3. Коммуникационная политика. Стратегическое планирование в маркетинге. {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.) [Выбрать литературу] Виды продвижения: реклама, персональные продажи (дайрект-

маркетинг), стимулирование сбыта, public relations. Формирование каналов коммуникаций с клиентами. Планирование рекламной кампании. Оценка эффективности затрат на рекламу. Прямой маркетинг. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Генеральная цель (миссия) фирмы. Цели маркетинга. SWOT – анализ. Разработка стратегии маркетинга: Матрица возможностей по товарам и рынкам. Матрица "Бостон консалтинг групп", Мак Кинси. Стратегическая модель Портера.

Особенности маркетинговых стратегий российских предприятий.

Практические занятия (6ч.)

4. Расчет индекса покупательской способности. {работа в малых группах} (2ч.)[Выбрать литературу] Решение 4-х задач по приведенной методике с учетом следующих показателей: располагаемый доход жителей региона, идущий на потребление; объем продаж в сфере розничной торговли в регионе; процентная доля населения региона в численности населения региона.

5. Установление конкурентоспособной цены. {работа в малых группах} (2ч.)[Выбрать литературу] Определение среднегодовой цены товара. Расчет оптимального размера скидки за объем поставки.

6. Выбор канала распределения. {работа в малых группах} (2ч.)[Выбрать литературу] Выбор канала распределения с учетом объема продаж. Определение структуры отдела сбыта. Определение оптимального числа торговых представителей компании.

Самостоятельная работа (60ч.)

7. Построение многоугольника конкурентоспособности. {творческое задание} (20ч.)[Выбрать литературу] Выполнение задания в соответствии с вариантом.

8. Расчет ёмкости рынка. {метод кейсов} (20ч.)[Выбрать литературу] Проведение расчета по варианту в соответствии с методикой.

9. Коммуникационная политика {метод кейсов} (20ч.)[Выбрать литературу] Проведение эффективности акций по стимулированию сбыта.

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

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

1. Мачин К. А. Маркетинг: сборник кейсов : Практикум / К. А. Мачин; Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2016. – 83 с.

http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Machin_markt_case.pdf

2. Мягкова Н.А. Учебно-методическое пособие к контрольной работе по дисциплине "Маркетинг" для студентов заочной формы обучения. 2015.- Электронный ресурс. Режим доступа:
http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Myagkova_Marketing_ump.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

3. Годин, А.М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / А.М. Годин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 656 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/105549>

4. Ким С.А. Маркетинг. Учебник. - М.: Изд-во «Дашков и К», 2013. – 260 с. Электронный ресурс. Режим доступа:http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56248

6.2. Дополнительная литература

5. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 151 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=918

6. Романов, А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2012. — 440 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=3565

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

7. Сайт издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>

8. Электронный журнал о маркетинге и рекламе - www.4p.ru

9. "Marketing.spb.ru" - энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru

8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) по дисциплине представлен в приложении А.

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

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	Microsoft Office
2	Chrome
3	LibreOffice
4	Windows
5	Антивирус Kaspersky

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы (http://Window.edu.ru)
2	Национальная электронная библиотека (НЭБ) — свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. (http://нэб.рф/)

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

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа
учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».