

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «*Менеджмент и маркетинг*»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.О.15 «МАРКЕТИНГ»

для направления подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

по профилям

«Бизнес – менеджмент»

«Маркетинг в цифровой среде»

«Управление человеческими ресурсами»

«Логистика»

Форма обучения – очная

«Бизнес – менеджмент»

«Логистика»

Форма обучения – очно-заочная

Санкт-Петербург
2025

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры *«Менеджмент и маркетинг»*

Протокол № 5.2 от 14 января 2025 г.

И.о. зав. кафедрой

«Менеджмент и маркетинг»

14 января 2025 г.

Е.М. Еришов

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО

«Бизнес-менеджмент»

«Маркетинг в цифровой среде»

«Управление человеческими ресурсами»

14 января 2025 г.

Е.М. Еришов

Руководитель ОПОП ВО

«Логистика»

14 января 2025 г.

А.В. Новичихин

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «МАРКЕТИНГ» (Б1.О.15) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ утвержденного 12.08.2020 г., приказ Минобрнауки России № 970

Целью дисциплины является изучение основных инструментов маркетинга на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений деятельности предприятия.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

изучение теоретической части,
изучение методики анализа и оценки новых рыночных возможностей и развития новых направлений деятельности на основе использования инструментов маркетинга,
приобретение умений и овладение методами и методиками в части осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	
<i>ОПК-2.1.1</i> <i>Знает способы осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</i>	<i>Обучающийся знает:</i> – основные современные инструменты и методы сбора, обработки, анализа маркетинговых данных, с использованием ИИАС, необходимых для решения поставленных управленческих задач – направления и этапы проведения маркетинговых исследований
<i>ОПК-2.2.1</i> <i>Умеет осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</i>	<i>Обучающийся умеет:</i> – осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговых данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<i>ОПК-2.3.1 Имеет навыки сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</i>	<i>Обучающийся имеет навыки</i> – сбора, обработки и анализа маркетинговых данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
<i>ОПК-4.1.1 Знает способы выявления и оценивания новых рыночных возможностей</i>	<i>Обучающийся знает:</i> – способы выявления и оценивания новых рыночных возможностей – роль и функции маркетинга в современной экономике – понятие маркетинговой среды фирмы – методы и методики исследования и анализа рынка – методы и методики использования основных инструментов маркетинга: ○ товар ○ товародвижение ○ продвижение ○ ценообразование
<i>ОПК-4.2.1 Умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности</i>	<i>Обучающийся умеет</i> – выявлять и оценивать новые рыночные возможности <i>применять</i> – методики исследования и анализа рынка – методики использования основных инструментов маркетинга: ○ товар ○ товародвижение ○ продвижение ○ ценообразование
<i>ОПК-4.3.1 Владеет способами выявления и оценки новых рыночных возможностей.</i>	<i>Обучающийся владеет:</i> – способами выявления и оценки новых рыночных возможностей. – методиками исследования и анализа рынка – методиками использования основных инструментов маркетинга: ○ товар ○ товародвижение ○ продвижение ○ ценообразование

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)».

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	80
В том числе:	
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	48
– лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	64
Контроль	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э, КР
Общая трудоемкость: час / з.е.	180/5

Для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	48
В том числе:	
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	16
– лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	96
Контроль	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э, КР
Общая трудоемкость: час / з.е.	180/5

Примечание: «Форма контроля» – экзамен (Э), курсовая работа (КР)

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

Для очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	Лекция 1. Роль и функции маркетинга в современной экономике.	ОПК-4.1.1
		Лекция 2. Маркетинговая среда фирмы.	ОПК-4.1.1
		Практическое занятие 1 Роль и функции маркетинга в современной экономике. Обсуждение примеров использования маркетинга отечественными и зарубежными фирмами.	ОПК-4.1.1
		Практическое занятие 2-3 Маркетинговая среда фирмы.	ОПК-4.1.1
		Самостоятельная работа.	ОПК-4.1.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п.1 «Маркетинговая среда фирмы»)	
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	Лекция 3. Направления и этапы маркетинговых исследований	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Лекция 4-7. Основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа маркетинговых данных (8 часов)	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Практическое занятие 4 Направления и этапы маркетинговых исследований. Вторичная и первичная информация.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Практическое занятие 5-7 Количественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Практическое занятие 8-10 Качественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 2 «Сбор, обработки и анализ маркетинговой информации»)	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	Лекция 8-11. Товар в маркетинге (8 часов)	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Лекция 12. Товародвижение в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Лекция 13. Продвижение в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Лекция 14. Ценообразование в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 11-16 Исследование товара в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 17-18 Исследование товародвижения в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 19-20 Исследование продвижения в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 21 Исследование цены в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 3 «Использование основных инструментов маркетинга»)	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	Лекция 15-16 (4 часа) Методы и методики выявления и оценки новых рыночных возможностей	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 22-24 Использование методов и методик выявления и оценки новых рыночных возможностей	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы. (п. 4 «Выявление и оценивание новых рыночных возможностей»)	ОПК-4.1.1

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	Лекция 1. Роль и функции маркетинга в современной экономике.	ОПК-4.1.1
		Лекция 2. Маркетинговая среда фирмы.	ОПК-4.1.1
		Практическое занятие 1 Роль и функции маркетинга в современной экономике. Обсуждение примеров использования маркетинга отечественными и зарубежными фирмами. Маркетинговая среда фирмы.	ОПК-4.1.1
		Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п.1 «Маркетинговая среда фирмы»)	ОПК-4.1.1
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	Лекция 3. Направления и этапы маркетинговых исследований	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Лекция 4-7. Основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа маркетинговых данных (8 часов)	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Практическое занятие 2 Направления и этапы маркетинговых исследований. Вторичная и первичная информация.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Практическое занятие 3 Количественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных. Качественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 2 «Сбор, обработки и анализ маркетинговой информации»)	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	Лекция 8-11. Товар в маркетинге (8 часов)	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Лекция 12. Товародвижение в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Лекция 13. Продвижение в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Лекция 14. Ценообразование в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 4 Исследование товара в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 5 Исследование товародвижения в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 6 Исследование продвижения в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 7 Исследование цены в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 3 «Использование основных инструментов маркетинга»)	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	Лекция 15-16 (4 часа) Методы и методики выявления и оценки новых рыночных возможностей	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Практическое занятие 8 Использование методов и методик выявления и оценки новых рыночных возможностей	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		Самостоятельная работа. Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2)	ОПК-4.1.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы. (п. 4 «Выявление и оценивание новых рыночных возможностей»)	

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	4	6	-	10	20
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	10	14	-	24	48
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	14	22	-	22	58
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	4	6	-	8	18
	Итого	32	48	-	64	144
Контроль						36
Всего (общая трудоемкость, час.)						180

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	4	2	-	14	20
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	10	4	-	34	48
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	14	8	-	36	58
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	4	2	-	12	18
	Итого	32	16	-	96	144
Контроль						36
Всего (общая трудоемкость, час.)						180

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине являются неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- MS Office;
- Операционная система Windows;
- Антивирус Касперский;
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ».

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

– Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Образовательная платформа ЮРАЙТ. – URL: <https://urait.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Электронно-библиотечная система Консультант студента URL: <https://www.studentlibrary.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> — Режим доступа: свободный.

– Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - URL: <http://cyberleninka.ru/> — Режим доступа: свободный.

– Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

– Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.5. Перечень печатных и электронных изданий, используемых в образовательном процессе:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 14-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 800 с. – URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124> — Режим

доступа: для авториз. пользователей.

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450620>.

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

– Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: my.pgups.ru — Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sdo.pgups.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Научная электронная библиотека eLIBRARY - Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный.

Разработчик рабочей программы,

доцент

14 января 2025 г.

_____ *Е.М. Еришов*

Разработчик рабочей программы,

ст. преподаватель

14 января 2025 г.

_____ *Н.Е. Коклева*