

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА"**

СОГЛАСОВАНО  
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

**Маркетинг**  
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономики, менеджмента и организации производства**

Учебный план v38.03.01\_24\_00.plx  
38.03.01 Экономика

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

| Семестр<br>(<Курс>. <Семестр<br>на курсе>) | 4 (2.2) |       | Итого |       |
|--------------------------------------------|---------|-------|-------|-------|
| Неделя                                     | 16      |       |       |       |
| Вид занятий                                | УП      | РП    | УП    | РП    |
| Лекции                                     | 16      | 16    | 16    | 16    |
| Практические                               | 16      | 16    | 16    | 16    |
| Иная контактная<br>работа                  | 0,25    | 0,25  | 0,25  | 0,25  |
| Итого ауд.                                 | 32,25   | 32,25 | 32,25 | 32,25 |
| Контактная работа                          | 32,25   | 32,25 | 32,25 | 32,25 |
| Сам. работа                                | 67      | 67    | 67    | 67    |
| Часы на контроль                           | 8,75    | 8,75  | 8,75  | 8,75  |
| Итого                                      | 108     | 108   | 108   | 108   |

г. Рязань

Программу составил(и):

*к.э.н., доц., Алтынова Наталья Вадимовна*

Рабочая программа дисциплины

**Маркетинг**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

составлена на основании учебного плана:

38.03.01 Экономика

утвержденного учёным советом вуза от 26.01.2024 протокол № 8.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от 06.06.2024 г. № 12

Срок действия программы: 2024-2029 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры  
**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2025 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры  
**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2026 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры  
**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2027 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры

**Экономики, менеджмента и организации производства**

Протокол от \_\_\_\_\_ 2028 г. № \_\_\_\_

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) |                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1                                  | Целью изучения дисциплины является овладение студентами знаний, умений, теоретическими и практическими навыками и методами в области маркетинга.           |
| 1.2                                  | Задачами освоения дисциплины являются:                                                                                                                     |
| 1.3                                  | Изучить сущность понятия маркетинга, знать различные подходы к определению сущности маркетинга.                                                            |
| 1.4                                  | Изучить методы проведения маркетинговых исследований.                                                                                                      |
| 1.5                                  | Рассмотреть маркетинговые подходы к формированию ассортиментной политики и ценообразованию, стимулированию сбыта, маркетинговым коммуникациям предприятия. |
| 1.6                                  | Научить разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию предприятия.                                                                                 |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ |                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Цикл (раздел) ОП:                                                  | Б1.О                                                                                                                  |
| <b>2.1</b>                                                         | <b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>                                                          |
| 2.1.1                                                              | Деньги, кредит, банки                                                                                                 |
| 2.1.2                                                              | Математика                                                                                                            |
| 2.1.3                                                              | Ознакомительная практика                                                                                              |
| 2.1.4                                                              | Статистика                                                                                                            |
| 2.1.5                                                              | Менеджмент                                                                                                            |
| 2.1.6                                                              | Введение в профессиональную деятельность                                                                              |
| <b>2.2</b>                                                         | <b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b> |
| 2.2.1                                                              | Корпоративные финансы                                                                                                 |
| 2.2.2                                                              | Макроэкономическое планирование и прогнозирование                                                                     |
| 2.2.3                                                              | Организация и нормирование труда                                                                                      |
| 2.2.4                                                              | Логистика                                                                                                             |
| 2.2.5                                                              | Налоги и налогообложение                                                                                              |
| 2.2.6                                                              | Технологическая практика (проектно-технологическая)                                                                   |
| 2.2.7                                                              | Организация внешнеэкономической деятельности предприятия                                                              |
| 2.2.8                                                              | Организация и планирование инвестиционной деятельности предприятия                                                    |
| 2.2.9                                                              | Основы цифровой экономики                                                                                             |
| 2.2.10                                                             | Планирование на предприятии                                                                                           |
| 2.2.11                                                             | Финансовый менеджмент                                                                                                 |
| 2.2.12                                                             | Научно-исследовательская работа                                                                                       |
| 2.2.13                                                             | Управление качеством на предприятии                                                                                   |
| 2.2.14                                                             | Основы бережливого производства                                                                                       |
| 2.2.15                                                             | Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы                                    |
| 2.2.16                                                             | Преддипломная практика                                                                                                |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>ОПК-1: Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| <b>ОПК-1.1. Использует базовые знания об экономических явлениях и процессах для постановки прикладных задач в области профессиональной деятельности</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| <b>Знать</b><br>общие понятия, категории, методы, используемые в дисциплине.<br><b>Уметь</b><br>проводить маркетинговые исследования, планировать ассортимент предприятия, планировать маркетинговые коммуникации предприятия, мероприятия по стимулированию сбыта.<br><b>Владеть</b><br>методами проведения маркетинговых исследований, методами анализа и планирования ассортимента предприятия, методами стимулирования сбыта и планирования маркетинговых коммуникаций предприятия. |  |
| <b>ОПК-2: Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
| <b>ОПК-2.1. Осуществляет сбор данных, необходимых для решения поставленных экономических задач</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Знать</b><br>методы анализа данных при проведении маркетинговых исследований, методы анализа маркетинговой стратегии предприятия<br><b>Уметь</b><br>применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследований<br><b>Владеть</b><br>результатами анализа теоретического и экспериментального исследования, математическим аппаратом при решении профессиональных задач. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности</b>                                                                                                                                                                                                  |
| <b>ОПК-4.1. Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию</b>                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Знать</b><br>Особенности управления ассортиментом, и качеством товара предприятия, способы продвижения предприятия на рынке при изменяющейся конъюнктуре.<br><b>Уметь</b><br>Обеспечить необходимый уровень качества деятельности отдела маркетинга предприятия.<br><b>Владеть</b><br>Навыками планирования деятельности отдела маркетинга. |
| <b>ОПК-4.2. Выявляет и формирует возможные организационно-управленческие решения на основе анализа результатов проблемных ситуаций организации, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения финансово-экономической эффективности</b>                                                                                                  |
| <b>Знать</b><br>методы и подходы к разработке стратегии предприятия.<br><b>Уметь</b><br>анализировать и оценивать маркетинговую стратегию предприятия.<br><b>Владеть</b><br>подходами и моделями реализации маркетинговой стратегии предприятия и расчетами ее эффективности.                                                                  |

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 3.1.1      | Историю и эволюцию понятия маркетинг, различные подходы к определению сущности маркетинга, сущность и методы проведения маркетинговых исследований, методы стимулирования сбыта, методы анализа и планирования ассортимента, виды и методы реализации маркетинговых коммуникаций предприятия, методы анализа поведения потребителей, методы разработки маркетинговой стратегии предприятия, принципы сегментирования рынка, принципы организации и контроля маркетинговой деятельности.                                                                                                                                      |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 3.2.1      | Анализировать различные подходы к определению сущности маркетинга, проводить маркетинговые исследования, собирать данные и разрабатывать программы по стимулированию сбыта предприятия, собирать данные и владеть методами формирования и планирования ассортимента предприятия, собирать данные и анализировать поведение потребителей по заданным параметрам, разрабатывать план маркетинговых коммуникаций предприятия и оценивать его эффективность, собирать данные и разрабатывать и обосновывать маркетинговую стратегию предприятия, пользоваться различными источниками информации, анализировать собранные данные. |
| <b>3.3</b> | <b>Владеть:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 3.3.1      | Методами проведения маркетинговых исследований, категориальным аппаратом дисциплины маркетинг, методами разработки программ по стимулированию сбыта предприятия, методами формирования и планирования ассортимента, методами анализа поведения потребителей по заданным параметрам, методами разработки плана маркетинговых коммуникаций предприятия и оценки его эффективности, методами разработки маркетинговой стратегии предприятия.                                                                                                                                                                                    |

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/                                                           | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Форма контроля |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------|------------|----------------|
|             | <b>Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга. Основные понятия о рынке с точки зрения маркетинга.</b> |                |       |             |            |                |
| 1.1         | Понятие и сущность маркетинга. /Тема/                                                               | 4              | 0     |             |            |                |

|     |                                                                                                                                                     |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1.2 | Понятие и сущность маркетинга. История и эволюция маркетинга. /Лек/                                                                                 | 4 | 1 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 1.3 | Понятие и сущность маркетинга. История и эволюция маркетинга. Разбор и обсуждение различных подходов к определению маркетинга. /Пр/                 | 4 | 1 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс. |
| 1.4 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                      | 4 | 7 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 1.5 | Потребности и рыночный спрос. Сегментирование рынка. /Тема/                                                                                         | 4 | 0 |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 1.6 | Определение потребности и спроса. Классификация потребностей. Процесс принятия решения о покупке. Виды и характеристика состояний спроса. /Лек/     | 4 | 1 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 1.7 | Изучение методов определения потребностей и спроса. Изучение и обсуждение практического кейса по изучению процесса принятия решения о покупке. /Пр/ | 4 | 1 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.       |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1.8  | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                                                                                                                              | 4 | 8 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Тестирование по теме. |
| 1.9  | Сегментирование рынка. /Лек/                                                                                                                                                                                                                                                                | 4 | 1 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 1.10 | Выполнение практического задания /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                       | 4 | 1 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс. |
|      | <b>Раздел 2. Понятие, виды и методы проведения маркетинговых исследований.</b>                                                                                                                                                                                                              |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 2.1  | Маркетинговые исследования. /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                          | 4 | 0 |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 2.2  | Понятие и виды маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований. Направления исследований. Понятие управленческой и маркетинговой информационной систем. Классификация видов информации. Источники информации. Вторичная и первичная информация, достоинства и недостатки. /Лек/ | 4 | 1 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 2.3  | Изучение и обсуждение практических примеров маркетинговых исследований. /Пр/                                                                                                                                                                                                                | 4 | 1 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс. |

|     |                                                                                                                                                 |   |    |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 2.4 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                  | 4 | 10 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Тестирование по теме. |
| 2.5 | Методы проведения маркетинговых исследований. Виды качественных и количественных исследований. Анализ данных маркетингового исследования. /Лек/ | 4 | 1  | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 2.6 | Выполнение практического задания по проведению маркетингового исследования. /Пр/                                                                | 4 | 1  | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.       |
|     | <b>Раздел 3. Товарная и ценовая политика предприятия.</b>                                                                                       |   |    |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 3.1 | Товарная и ценовая политика предприятия. /Тема/                                                                                                 | 4 | 0  |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 3.2 | Товарная политика предприятия.Маркетинговое понимание товара. Качество и конкурентоспособность товаров.Конкурентные преимущества товара. /Лек/  | 4 | 1  | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 3.3 | Изучение практического кейса. /Пр/                                                                                                              | 4 | 1  | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс. |



|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |    |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 3.4 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4 | 10 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Тестирование по теме. |
| 3.5 | Ценовая политика предприятия.Цена и ее виды.Этапы процесса ценообразования.Цели ценообразования. Возможные ценовые стратегии.Соотношение понятий цена и ценность товара. /Лек/                                                                                                                                                                                                                            | 4 | 1  | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 3.6 | Практическое задание на предмет ценообразования. /Пр/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4 | 1  | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.       |
| 3.7 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4 | 6  | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
|     | <b>Раздел 4. Сбытовая деятельность предприятия.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |    |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 4.1 | Сбытовая деятельность предприятия. /Тема/                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4 | 0  |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 4.2 | Сбытовая деятельность предприятия.Понятие и роль сбыта в комплексе маркетинга. Маркетинговый канал сбыта товаров, его функции. Современные тенденции развития каналов товародвижения. Особенности распространения товаров производственного назначения и потребительских товаров.Структура и уровни каналов товародвижения. Маркетинг в каналах товародвижения. Конфликты в каналах товародвижения. /Лек/ | 4 | 1  | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |

|     |                                                                                                                              |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 4.3 | Практическое задание по выбору и построению маркетингового канала сбыта для определенного предприятия. /Пр/                  | 4 | 1 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.       |
| 4.4 | Изучение конспекта лекции, работа с обозначенными источниками информации. /Ср/                                               | 4 | 8 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Тестирование по теме. |
|     | <b>Раздел 5. Удовлетворенность и лояльность потребителей предприятия.</b>                                                    |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 5.1 | Удовлетворенность и лояльность потребителей предприятия. /Тема/                                                              | 4 | 0 |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 5.2 | Потребительская удовлетворенность и лояльность. Методы измерения и оценки удовлетворенности и лояльности потребителей. /Лек/ | 4 | 2 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 5.3 | Практическое задание на расчет индекса потребительской удовлетворенности по заданным параметрам. /Пр/                        | 4 | 2 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.       |
| 5.4 | Изучение конспекта лекции. /Ср/                                                                                              | 4 | 6 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
|     | <b>Раздел 6. Коммуникационная политика предприятия.</b>                                                                      |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 6.1 | Коммуникационная политика предприятия. /Тема/                                                                                                                                                                                                                           | 4 | 0 |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 6.2 | Коммуникационная политика предприятия. Теория коммуникации. Виды и цели продвижения. Средства маркетинговых коммуникаций. Реклама и ее виды. Этапы разработки рекламной кампании. Методы расчета эффективности рекламы. Сущность понятия Связи с общественностью. /Лек/ | 4 | 2 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 6.3 | Практическое задание по разработке рекламной кампании и расчету ее эффективности. /Пр/                                                                                                                                                                                  | 4 | 2 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.       |
| 6.4 | Изучение конспекта лекции. /Ср/                                                                                                                                                                                                                                         | 4 | 8 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Тестирование по теме. |
|     | <b>Раздел 7. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии, организация и контроль маркетинговой деятельности на предприятии.</b>                                                                                                                              |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 7.1 | Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. /Тема/                                                                                                                                                                                                          | 4 | 0 |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 7.2 | Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. Стратегическое планирование и его этапы. Маркетинговые стратегии организации. Содержание и этапы разработки плана маркетинга предприятия. /Лек/                                                                 | 4 | 2 | ОПК-1.1-З<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-З<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-З<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-З<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |

|     |                                                                                                                                                                                                                                     |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|
| 7.3 | Практическое задание по составлению плана маркетинга предприятия. /Пр/                                                                                                                                                              | 4 | 2 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме.       |
| 7.4 | Изучение конспекта лекции. /Ср/                                                                                                                                                                                                     | 4 | 2 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Тестирование по теме. |
| 7.5 | Организация и контроль маркетинговой деятельности.Маркетинг как функция предприятия.Система маркетинга предприятия.Сущность и принципы организации маркетинговой деятельности.Понятие маркетингового контроля, виды контроля. /Лек/ | 4 | 2 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
| 7.6 | Изучение и обсуждение практического кейса. /Пр/                                                                                                                                                                                     | 4 | 2 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Задачи по теме, кейс. |
| 7.7 | Изучение конспекта лекции. /Ср/                                                                                                                                                                                                     | 4 | 2 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В | Л1.1 Л1.2<br>Л1.3 Л1.4<br>Л1.5Л2.1<br>Л2.2 Л2.3<br>Э1 Э2 | Зачет                 |
|     | <b>Раздел 8. Промежуточная аттестация</b>                                                                                                                                                                                           |   |   |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |
| 8.1 | Зачет /Тема/                                                                                                                                                                                                                        | 4 | 0 |                                                                                                                                                          |                                                          |                       |

|     |                             |   |      |                                                                                                                                                          |  |                        |
|-----|-----------------------------|---|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------|
| 8.2 | Подготовка к зачету /Зачёт/ | 4 | 8,75 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В |  | Зачет                  |
| 8.3 | Прием зачета /ИКР/          | 4 | 0,25 | ОПК-1.1-3<br>ОПК-1.1-У<br>ОПК-1.1-В<br>ОПК-2.1-3<br>ОПК-2.1-У<br>ОПК-2.1-В<br>ОПК-4.1-3<br>ОПК-4.1-У<br>ОПК-4.1-В<br>ОПК-4.2-3<br>ОПК-4.2-У<br>ОПК-4.2-В |  | Итоговое тестирование. |

### 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Оценочные материалы по дисциплине "Маркетинг").

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

| №    | Авторы, составители                                  | Заглавие                                                                                                                                           | Издательство, год                                         | Количество/название ЭБС                                                                                       |
|------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л1.1 | Пичурин И. И.,<br>Обухов О. В.,<br>Эриашвили Н. Д.   | Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «коммерция (торговое дело)», «маркетинг» | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>383 с.                    | 978-5-238-02090-7,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/8110.html">http://www.iprbookshop.ru/8110.html</a>   |
| Л1.2 | Романов А. А.,<br>Басенко В. П.,<br>Дианова В. А.    | Маркетинговые исследования : учебное пособие                                                                                                       | Краснодар:<br>Южный институт менеджмента,<br>2008, 174 с. | 2227-8397,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10406.html">http://www.iprbookshop.ru/10406.html</a>         |
| Л1.3 | Эриашвили Н. Д.,<br>Коротков А. В.,<br>Синяева И. М. | Управление маркетингом : учебное пособие                                                                                                           | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>463 с.                    | 5-238-00883-X,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10488.html">http://www.iprbookshop.ru/10488.html</a>     |
| Л1.4 | Коротков А. В.                                       | Маркетинговые исследования : учебное пособие                                                                                                       | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>304 с.                    | 5-238-00810-4,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10519.html">http://www.iprbookshop.ru/10519.html</a>     |
| Л1.5 | Синяева И. М.                                        | Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник                                                                                               | Москва:<br>ЮНИТИ-ДАНА, 2012,<br>504 с.                    | 978-5-238-02309-0,<br><a href="http://www.iprbookshop.ru/10522.html">http://www.iprbookshop.ru/10522.html</a> |

##### 6.1.2. Дополнительная литература

| №    | Авторы, составители                                                   | Заглавие                                                     | Издательство, год                                                                                                               | Количество/название ЭБС                                                                                    |
|------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л2.1 | Невоструев П. Ю.                                                      | Маркетинг и маркетинговые исследования : учебное пособие     | Москва: Евразийский открытый институт, 2011, 48 с.                                                                              | 978-5-374-00574-5, <a href="http://www.iprbookshop.ru/10711.html">http://www.iprbookshop.ru/10711.html</a> |
| Л2.2 | Данченко Л. А.,<br>Иванова А. Г.,<br>Ласковец С. В.,<br>Маркова М. В. | Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие | Москва: Евразийский открытый институт, 2008, 180 с.                                                                             | 978-5-374-00225-6, <a href="http://www.iprbookshop.ru/10713.html">http://www.iprbookshop.ru/10713.html</a> |
| Л2.3 | Туркин В. С.                                                          | Методы обработки маркетинговой информации : учебное пособие  | Москва: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005, 245 с. | 2227-8397, <a href="http://www.iprbookshop.ru/10722.html">http://www.iprbookshop.ru/10722.html</a>         |

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

|    |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Э1 | Электронно-библиотечная система IPrbooks [электронный ресурс]. - Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ - свободный, доступ из сети интернет- по паролю. - URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/">https://www.iprbookshop.ru/</a> |
| Э2 | Электронная библиотека РГРТУ [электронный ресурс]. - Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ - по паролю. - URL: <a href="http://elib.rsreu.ru/">http://elib.rsreu.ru/</a>                                                             |

### 6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

#### 6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

| Наименование                | Описание              |
|-----------------------------|-----------------------|
| Kaspersky Endpoint Security | Коммерческая лицензия |
| Adobe Acrobat Reader        | Свободное ПО          |
| LibreOffice                 | Свободное ПО          |
| OpenOffice                  | Свободное ПО          |

#### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

|         |                                                                                                                    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.3.2.1 | Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (договор об информационной поддержке №1342/455-100 от 28.10.2011 г.) |
| 6.3.2.2 | Система КонсультантПлюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>                            |
| 6.3.2.3 | Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>                    |

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 319 лабораторный учебный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (24 посадочных места), доска, проектор, экран.<br>ПК: ПЭВМ – 1 шт.<br>Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.        |
| 2 | 325 лабораторный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (29 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, проектор, экран.<br>ПК: ПЭВМ – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ. |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | 414 учебно-административный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий<br>Специализированная мебель (40 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, экран.<br>Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W)<br>ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт<br>Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ |
| 4 | 501 лабораторный корпус. Помещение для самостоятельной работы<br>Специализированная мебель (37 посадочных мест)<br>ПК: Intel Celeron CPVJ1800 – 25 шт.<br>Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ                                                                                                    |

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методическое обеспечение дисциплины приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ "Методические указания дисциплины "Маркетинг").

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО  
ЗАВЕДУЮЩИМ  
КАФЕДРЫ

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Евдокимова Елена Николаевна,  
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО  
ЗАВЕДУЮЩИМ  
ВЫПУСКАЮЩЕЙ  
КАФЕДРЫ

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Евдокимова Елена Николаевна,  
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО  
НАЧАЛЬНИКОМ УРОП

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Ерзылёва Анна Александровна,  
Начальник УРОП

Простая подпись