



*Филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования «Астраханский
государственный технический университет» в Ташкентской
области Республики Узбекистан*

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель исполнительного директора

_____ Д.С. Джумонов

Рассмотрено на учебно-методическом совете,

Протокол №1 от «28» августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки

«Экономика предприятий и организаций»

Квалификация (степень) выпуска

Бакалавриат

Форма обучения

Заочная

Автор: к.э.н., доцент, Акабирова Д.Н.

Программа рекомендована кафедрой
«Экология и природопользование»

Протокол № 1 от «26» августа 2021 г.

Зав. кафедрой «Экология и
природопользование», к.б.н., доцент

_____ Ачилов Г.Б.

Ташкентская область, Кибрайский район, 2021

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код	Определение	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы		
		Знать	Уметь	Владеть навыками и (или) иметь опыт
ОК – 3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Основные понятия, сущность, состав, содержание комплекса маркетинга, а так же основные подходы к осуществлению маркетинговой деятельности и методы маркетинговых исследований	четко определять цели, задачи и инструменты маркетинга, грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных, с целью эффективного анализа маркетинговой деятельности предприятия	умением собирать и анализировать исходные данные, необходимые для разработки и анализа комплекса маркетинга предприятия

2. Место дисциплины в структуре ОП

Цикл (раздел) ОП, к которому относится данная дисциплина (модуль):	Дисциплина ОП «Основы маркетинга» является дисциплиной базовой части ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (бакалавриат)
Описание логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частям ОП (дисциплинами (модулями), практиками):	Дисциплина находится в логической и социальнометодической взаимосвязи со следующими дисциплинами (модулями): философия, экономика предприятий (организаций), микроэкономика, макроэкономика, статистика, эконометрика, основы финансово-экономических вычислений, экономика труда, анализ хозяйственной деятельности.
Компетенции, сформированные у обучающихся, до начала изучения дисциплины (модуля):	–
Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины (модуля):	Владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способность понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы; способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем; способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь

Теоретические дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: макроэкономика, статистика, эконометрика, основы финансово-экономических вычислений, экономика труда, анализ хозяйственной деятельности.
---	--

3. Структура, содержание, объем (трудоемкость) дисциплины

3.1. Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет **Зачетные единицы, 108 часов**; в том числе на контактную работу обучающихся с преподавателем (далее - аудиторная работа по видам) **14 часов**, на внеаудиторную самостоятельную работу обучающегося (далее внеаудиторная СРС) **90 часов**, на подготовку к зачёту – **4 часа**.

№ п/п	Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)	Курс	Аудиторная работа по видам			Внеаудиторная СРС	Образовательные технологии	Формы текущего контроля успеваемости
			Лек.	Лаб.	Пр.			
1.	Тема 1: Основы маркетинга Тема 2: Маркетинговая среда предприятия Тема 3: Маркетинговые исследования	1	2	-	2	30	Традиционная лекция. Практическое занятие.	Выполнение практических заданий. Решение конкретных задач ситуаций.
2.	4: Сегментирование рынка и позиционирование продукта Тема 5: Товарная политика предприятия Тема 6: Ценовая политика предприятия	1	2	-	4	30	Традиционная лекция. Практическое занятие.	Выполнение практических заданий. Решение конкретных задач ситуаций.
3.	Тема 7: Распределительная политика предприятия Тема 8: Коммуникационная политика предприятия Тема 9: Организация службы маркетинга на предприятии. Планирование маркетинга на предприятии	1	2	-	2	30	Традиционная лекция. Практическое занятие.	Анализ/решение КС. Решение конкретных задач ситуаций. Контрольная работа.
	Итого:		6	-	8	90		
	Форма промежуточной аттестации	Зачет-4 часа						

4. Программа и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), осваиваемое обучающимся в ходе самостоятельной работы	Курс	Виды СРС и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы		
			Учебные задания для самостоятельной работы		Учебнометодическое обеспечение СРС
			Аудиторная СРС	Внеаудиторная СРС	
1	Тема 1: Основы маркетинга Тема 2: Маркетинговая среда предприятия	1	Выполнение практического задания.	Подготовка к практическим занятиям. Решение конкретных задач-ситуаций.	п. 7
	Тема 3: Маркетинговые исследования			Самостоятельное изучение отдельных разделов и тем.	п. 7
2	Тема 4: Сегментирование рынка и позиционирование продукта Тема 5: Товарная политика предприятия Тема 6: Ценовая политика предприятия	1	Выполнение практического задания.	Подготовка к практическим занятиям. Решение конкретных задач-ситуаций. Самостоятельное изучение отдельных разделов и тем.	п. 7
3	Тема 7: Распределительная политика предприятия Тема 8: Коммуникационная политика предприятия Тема 9: Организация службы маркетинга на предприятии. Планирование маркетинга на предприятии	1	Выполнение практического задания.	Подготовка к практическим занятиям. Решение конкретных задач-ситуаций. Самостоятельное изучение отдельных разделов и тем. Подготовка к итоговой контрольной работе.	п. 7

5. Рекомендации по реализации дисциплины (модуля) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

5.1. Наличие соответствующих условий реализации дисциплины (модуля)

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления дисциплина (модуль) реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей); обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит учебный процесс, другие условия, без которых невозможно или затруднено обучение по дисциплине (модулю).

5.2. Обеспечение соблюдения общих требований

При реализации дисциплины (модуля) на основании письменного заявления обеспечивается обучающегося соблюдение следующих общих требований: проведение занятий для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего(их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

5.3. Доведение до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме

Все локальные нормативные акты по вопросам реализации дисциплины (модуля) по данной доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

5.4. Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; продолжительность экзамена и (или) зачета, проводимого в письменной форме увеличивается не менее чем на 0,5 часа; продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене и (или) зачете, проводимом в устной форме, – не менее чем на 0,5 часа; продолжительность ответа обучающегося при устном ответе увеличивается не более чем на 0,5 часа.

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлен типовыми заданиями и тестами.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Данченко, Л. А Основы маркетинга : учебное пособие / Л. А Данченко. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 260 с. — ISBN 978-5-374-00131-0. —

Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/11037.html>

2. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 101 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175923>

б) Дополнительная литература:

1. Соколова, Н. Г. Основы маркетинга : практикум / Н. Г. Соколова. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 266 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/54505.html>

2. Маркетинг. Основы маркетинга : учебное пособие / С. В. Аливанова, В. В. Куренная, О. А. Чередниченко, Ю. В. Рыбасова. — Ставрополь : СтГАУ, 2015. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/82196>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Высшая школа маркетинга и развития бизнеса [Электронный ресурс]: офиц. сайт.- Режим доступа: <http://marketing.hse.ru/>

2. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]: офиц. сайт.- Режим доступа: <http://economy.gov.ru/mines/main> 3. Некоммерческое Партнерство «Гильдия Маркетологов» [Электронный ресурс]:

офиц. сайт.- Режим доступа: <http://www.marketologi.ru>

4. Рекламные идеи: журнал о творческом брендинге [Электронный ресурс]: офиц. сайт.- Режим доступа: <http://www.advi.ru/>

5. Система межрегиональных маркетинговых центров [Электронный ресурс]: офиц. сайт.- Режим доступа: <http://www.marketcenter.ru/>

6. Федеральный образовательный портал «Экономический портал» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://institutions.com/>

7. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>

8. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: офиц. сайт.- Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>

9. Adindex: сайт о рекламе и маркетинге [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.adindex.ru/>

10. Research&trends: события, методики, индикаторы, тенденции [Электронный ресурс]: офиц. сайт.- Режим доступа: <https://www.r-trends.ru/>

г) методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Акабиров Д.Н. Методические указания для самостоятельной работы по дисциплины "Основы маркетинга" Ташкент-2021. стр.- - URL: <https://portal.astutr.uz/>.

Акабиров Д.Н. Методические указания для практических работ по дисциплины "Основы маркетинга" Ташкент-2021. - - URL: <https://portal.astutr.uz/>.

д) перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень информационных технологий, используемых в учебном процессе

Наименование программного обеспечения	Назначение
---------------------------------------	------------

Образовательный портал Moodle	Образовательный портал построен на обучающей виртуальной среде Moodle и доступен из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет. Образовательный портал подходит как для организации online- классов, так и для традиционного обучения. Портал разделен на «открытую» (общедоступную) и «закрытую» части. Доступ к закрытой части осуществляется после предъявления персональной пары «логин-пароль» преподавателем или студентом.
Электронно-библиотечная система филиала ФГБОУ ВО «АГТУ» в Ташкентской области	Обеспечивает доступ к электронно-библиотечным системам издательств, доступ к электронному каталогу книг, учебно-методическим разработкам, периодическим изданиям. Позволяет принимать участие в виртуальных выставках.

Перечень лицензионного учебного программного обеспечения

Наименование программного обеспечения
ESET Endpoint Antivirus + ESET Server Security – антивирусная программа
AdobeReader - программа для просмотра документов в формате pdf.
Google Chrome - браузер.
Moodle - Образовательный портал ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «АГТУ» В ТАШКЕНТСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН.
Mozilla FireFox - браузер.
Microsoft 365 - программное обеспечение для работы с электронными документами.
7-zip - архиватор.

Сведения об обновлении программного обеспечения представлены в локальной сети

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитории для занятий лекционного типа, оснащенные набором демонстрационного оборудования (экран, компьютер, проектор) и учебной мебелью (столы, стулья для обучающихся, стол, стул для преподавателя, доска).

Аудитории для занятий семинарского типа, оборудованные учебной мебелью (столы, стулья для обучающихся, стол, стул для преподавателя, доска).

Аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации – компьютерные классы, оснащенные компьютерами, с выходом в сеть Интернет, оборудованные учебной мебелью (доска, компьютерные столы и стулья для обучающихся и преподавателя).

Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, оборудованные учебной мебелью (столы, стулья для обучающихся, стол, стул для преподавателя, доска).

Помещения для СРС, оснащенные компьютерами с выходом в сеть Интернет, которые обеспечивают доступ к электронно-библиотечным системам издательств,

доступ к электронному каталогу книг, учебно-методическим разработкам, периодическим изданиям, в Образовательный портал филиала.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.01 «Экономика»