

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.07.2023 14:54:37
Уникальный программный идентификатор:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Аграрно-технологический институт

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

35.03.04 Агрономия

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной
профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП
ВО):**

Биотехнология растений

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью преподавания дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов теоретических знаний о сущности, основных принципах и методах продвижения товаров и услуг от производителей к потребителям, а также изучения установок потребителей. Для достижения поставленной цели в процессе преподавания решаются следующие основные задачи:

- Ознакомить студентов с теоретическими основами данной дисциплины;
- Привить навыки использования основных методов данной науки;

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение
ОПК-6	Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности	ОПК-6.2. Определяет экономическую эффективность применения технологических приемов, внесения удобрений, использования средств защиты растений, новых сортов при возделывании сельскохозяйственных культур "

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг».

Контрактная работа, ак.ч.	34			34	--		
в том числе:							
Лекции (ЛК)	17			17	--		
Лабораторные работы (ЛР)					--		
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17			17	--		
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	59			59	--		
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	15			15	--		
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108		108	-		
	зач. ед.	3		3	-		

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4-
Контрактная работа, ак.ч.	30				30
в том числе:					
Лекции (ЛК)	15				15
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	15				15
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	68				68
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	10				10
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108			108
	зач. ед.	3			3

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4-
Контрактная работа, ак.ч.	4				4
в том числе:					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	4				4
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	100				100
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	4				4
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108			108
	зач. ед.	3			3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1 Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы
Раздел 1. Потребитель и его поведение	Сущность маркетинга	ЛК, СЗ
	Потребитель и его поведение	ЛК, СЗ
	Благо. Сущность и виды благ.	ЛК, СЗ
Раздел 2. Маркетинговые политики	Товарная политика	ЛК, СЗ
	Ценовая политика	ЛК, СЗ
	Продвижение товаров	ЛК, СЗ
	Управление маркетингом	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материала для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Комплект специализированной мебели. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в том числе MS Office/ Office 365, Teams)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Комплект специализированной мебели, имеется выход в интернет <ul style="list-style-type: none"> • Microsoft Windows 7 Home Basic OA CIS and GE, лицензия OEM • Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic Open 1 License No Level, лицензия №60411808, дата выдачи 24.05.2012 г.
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения лабораторных занятий и консультаций), оснащенная	Комплект специализированной мебели. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в том числе MS Office/ Office 365, Teams)

	комплектom специализированной мебели (аудитория 330 АТИ)	
--	--	--

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. *Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т.А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489171>*
2. *Маркетинг в агропромышленном комплексе: учебник и практикум для вузов / Н.В. Суркова [и др.]; под редакцией Н.В. Сурковой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/498849>*

Дополнительная литература:

1. *Карпова, С.В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С.В. Карпова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509104>*
2. *Божук, С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов/ С.Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490827>*
3. *Реброва, Н.П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н.П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489477>*
4. *Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е.Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489446>*

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН - ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://eZlanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост» <http://www.trmost.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

1. Поисковая система Rambler. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

2. Поисковая система Mail. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.mail.ru>

3. Поисковая система Yandex. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.yandex.ru>

4. Поисковая система Google. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.google.ru>

5. Федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>

6. Экономический портал [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://institutiones.com>

7. Economicus.ru [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.economicus.ru>

8. Ekportal.ru [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.ekportal.ru>

9. Вести.Экономика. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru>

10. Bloomberg. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.bloomberg.com/europe>

11. The Economist [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.economist.com>

12. Административно-управленческий портал. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>.

13. Корпоративный менеджмент. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/>

14. MarketNotes. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketnotes.ru/>

15. Smart&Marketing. Со вкусом о маркетинге. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://smartandmarketing.com>

16. Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/>
17. Гильдия маркетологов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.marketologi.ru>
18. Marketopedia. Онлайн энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketopedia.ru/>
19. Российская ассоциация маркетинговых услуг. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ramu.ru/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля*:

1. Курс лекций по дисциплине «**Маркетинг**».
2. Задания для самостоятельной работы по дисциплине «**Маркетинг**».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «**Маркетинг**» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент департамента техносферной безопасности

Должность, БУП



Подпись

Жаров А.Н.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Директор департамента
техносферной безопасности

Наименование БУП



Подпись

Плющиков В.Г.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент агробиотехнологического департамента

Должность, БУП



Подпись

Введенский В.В.

Фамилия И.О.