



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный технический университет»

Себряковский филиал



УТВЕРЖДАЮ

Директор СФ ВолгГТУ

С.Е. Карпушова

«31» августа 2026 г.

Маркетинг
рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой
Учебный план
Профиль

Экономика и финансы
38.03.02 Менеджмент
Производственный менеджмент

Квалификация
Срок обучения
Форма обучения

бакалавр
4г 6м
очно-заочная

Общая трудоемкость

6 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

зачеты: 3
экзамены: 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	10	10	10	10	20	20
Лабораторные						
Практические	8	8	8	8	16	16
Итого ауд.	18	18	18	18	36	36
Сам.работа	90	90	54	54	144	144
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	108	108	108	108	216	216

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ И СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:
к.э.н., доцент, Токарева О.Б.

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020г. №970)

составлена на основании учебного плана:
38.03.02 Менеджмент
Профиль: Производственный менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 31 августа 2026 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика и финансы

Протокол от 11 июня 2026 № 10.

к.с.н., доцент Карпушова С.Е.



Рабочая программа одобрена на заседании УМС

Протокол от 18 июня 2026 № 9.

к.т.н., доцент Крутилин А.А.



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ. ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ	
Цель изучения дисциплины «Маркетинг»:	
является овладение студентами совокупностью знаний, умений, теоретическими и практическими навыками и методами в области маркетинга для изучения потребностей общества и групп потребителей, прогнозирования спроса и его формирования на базе новейших научно-технических достижений с использованием результатов фундаментальных научных разработок, формирование необходимых компетенций.	
Основными задачами изучения дисциплины являются:	
- изучить сущность, содержание и инструментарий, а также методологические основы и методы маркетинговой деятельности в процессе управления коммерческим предприятием; - научить исследовать рынок, его сегментацию и конъюнктуру; - рассмотреть маркетинговые подходы к формированию ассортиментной политики и ценообразованию, стимулированию сбыта и маркетинговым коммуникациям предприятия; - научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований в деятельности коммерческого предприятия; - сформировать знания о маркетинге и маркетинговых исследованиях с целью применения их на практике; - научить разрабатывать и реализовывать стратегию предприятия.	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.14
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Лидерство
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Бизнес-планирование
2.2.2	Инновационный менеджмент
2.2.3	Финансовый менеджмент

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
<i>УК-3.1: Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.</i>	
Результаты обучения: изучат основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.	
<i>УК-3.2: Уметь: устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; эффективно взаимодействовать с другими членами команды в части обмена информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды; учитывать в своей деятельности особенности поведения различных категорий групп людей, с которыми работает/взаимодействует.</i>	
Результаты обучения: научатся устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; эффективно взаимодействовать с другими членами команды в части обмена информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды; учитывать в своей деятельности особенности поведения различных категорий групп людей, с которыми работают.	
<i>УК-3.3: Владеть: простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде.</i>	
Результаты обучения: овладеют простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде.	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ				
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Форма контроля
1	СИСТЕМА МАРКЕТИНГА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ /Лек/	3	1	3

2	СИСТЕМА МАРКЕТИНГА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ /Пр/	3	1	3
3	Изучение теоретического материала /Ср/	3	16	3
4	МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ /Лек/	3	1	3
5	МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ /Пр/	3	1	3
6	Изучение теоретического материала /Ср/	3	16	3
7	РЫНОК. ОСНОВНЫЕ РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ /Лек/	3	2	3
8	РЫНОК. ОСНОВНЫЕ РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ /Пр/	3	1	3
9	Изучение теоретического материала /Ср/	3	16	3
10	КОНКУРЕНЦИЯ /Лек/	3	1	3
11	КОНКУРЕНЦИЯ /Пр/	3	1	3
12	Изучение теоретического материала /Ср/	3	14	3
13	КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА И ОРГАНИЗАЦИИ /Лек/	3	1	3
14	КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА И ОРГАНИЗАЦИИ /Пр/	3	1	3
15	Курсовая работа (проект) /Ср КР,КП/	3	7	3
16	ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ /Лек/	3	2	3
17	ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ /Пр/	3	1	3
18	Курсовая работа (проект) /Ср КР,КП/	3	7	3
19	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ /Лек/	3	1	3
20	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ /Пр/	3	1	3
21	Курсовая работа (проект) /Ср КР,КП/	3	7	3
22	СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА . И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА /Лек/	3	1	3
23	СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА . И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРА /Пр/	3	1	3
24	Курсовая работа (проект) /Ср КР,КП/	3	7	3
25	ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА /Лек/	4	1	Эк
26	ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА /Пр/	4	1	Эк
27	Изучение теоретического материала /Ср/	4	8	Эк
28	ЭТАПЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА /Лек/	4	1	Эк
29	ЭТАПЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА /Пр/	4	1	Эк
30	Изучение теоретического материала /Ср/	4	8	Эк
31	ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА /Лек/	4	1	Эк
32	ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА /Пр/	4	1	Эк
33	Изучение теоретического материала /Ср/	4	5	Эк
34	СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА /Лек/	4	1	Эк
35	СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА /Пр/	4	1	Эк
36	Изучение теоретического материала /Ср/	4	5	Эк
37	КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА /Лек/	4	1	Эк
38	КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА /Пр/	4	1	Эк
39	Изучение теоретического материала /Ср/	4	6	Эк
40	РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ И ПРОПАГАНДА /Лек/	4	2	Эк
41	РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ И ПРОПАГАНДА /Пр/	4	1	Эк
42	Изучение теоретического материала /Ср/	4	6	Эк
43	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ /Лек/	4	1	Эк

44	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ /Пр/	4	1	Эк
45	Изучение теоретического материала /Ср/	4	8	Эк
46	УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ /Лек/	4	2	Эк
47	УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ /Пр/	4	1	Эк
48	Изучение теоретического материала /Ср/	4	8	Эк
	Подготовка к экзамену	4	36	Эк

Примечание. Формы контроля: Эк - экзамен, К - контрольная работа, Ко - контрольный опрос, З - зачет, ОП - отчет по практике.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ				
Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС представлен в Приложении к рабочей программе (https://rpd.sfvstu.ru/attach/54/3991/FOSv2.docx)				
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ				
6.1 Рекомендуемая литература				
6.1.1 Основная литература				
Л1.1	Синицына, О. Н. Маркетинг : учебное пособие / О. Н. Синицына. — Москва : КноРус, 2026. — 210 с. — ISBN 978-5-406-15221-8. — URL: https://book.ru/book/959264			
Л1.2	Маркетинг : учебник /Парамонова Т.Н., под ред. — Москва : КноРус, 2021. — 358 с. — ISBN 978-5-406-04573-2. — URL: https://book.ru/book/938039			
6.1.2 Дополнительная литература (включая периодические издания)				
Л2.1	Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - М. : Дашков и К, 2014. - 362 с. - (Учебные издания для бакалавров). - библиогр. с. 359. - ISBN 978-5-394-02115-2 5			
Л2.2	Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс] : электронный учебник / В. И. Беляев. - Электрон. дан. - М. : КНОРУС, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-R). - ISBN 978-5-390-00382-4 CD-R			
Л2.3	Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - М : Финансы и статистика, 2014. - 320 с. - ISBN 5-279-02220-9. Эбс Лань https://e.lanbook.com/book/69117#book_name			
Л2.4	Маркетинг: кейсы, деловые игры, тесты : учебное пособие / Л.С. Шаховская, Е.Г. Попкова и др. - М : Кнорус, 2017. - 242 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-03560-3 : 150-00. 5			
6.1.3 Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Электронный адрес
Л3.1	О.Б.Токарева	Методические рекомендации по выполнению курсовой работы	СФВолГТУ, 2026	https://rpd.sfvstu.ru/attach/54/3991/MU-4120.docx
Л3.2	О.Б.Токарева	Методические рекомендации по выполнению самостоятельных работ	СФВолГТУ, 2026	https://rpd.sfvstu.ru/attach/54/3991/MU-4122.docx
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
Э.1	https://www.garant.ru/doc/main/			
6.3 Перечень программного обеспечения				
ПО.1	Программное обеспечение не требуется			
6.4 Перечень информационных справочных систем				
ИС.1	ЭБС «Лань», https://e.lanbook.com/			
ИС.2	ЭБС «Book.ru», https://www.book.ru/			
ИС.3	Электронная библиотека «Grebennikon», https://grebennikon.ru/			
ИС.4	Некоммерческая интернет-версия системы КонсультантПлюс, https://www.consultant.ru/online/			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ/ОБОРУДОВАНИЕ	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / Учебная доска, учебная мебель.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (Медиазал) / Учебная мебель, компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	
Организация образовательного процесса по данной дисциплине регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет дисциплины (переаттестации ее части), если она была освоена в процессе предшествующего обучения. Перезачёт (переаттестации ее части) освобождает обучающегося от необходимости повторного освоения дисциплины (полностью или частично). Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и практическими занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в электронной информационной образовательной среде. Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. На первой лекции лектор информирует студентов о рекомендуемой литературе и электронных источниках информации по дисциплине, с указанием, какой учебник (учебное пособие) является базовым. Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают основные разделы дисциплины. Основной формой проведения практических занятий является решение конкретных задач, аналогичные которым, будут выполнять студенты на лабораторных работах. Самостоятельная работа студентов включает изучение законспектированного на лекционных занятиях материала, дополнение его с учетом рекомендованной по данной теме литературы, самостоятельную подготовку к лабораторным работам, самостоятельное выполнение и оформление заданий контрольной работы, аналогичных выполненным на занятиях. Перечень методических указаний для освоения дисциплины представлен в таблице 6.1.3 В течение семестра для студентов проводятся групповые текущие консультации по учебной дисциплине, а также консультация перед экзаменом. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов. Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами. В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн), в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к needs лиц с ОВЗ (при необходимости). Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств. Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания. При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.	