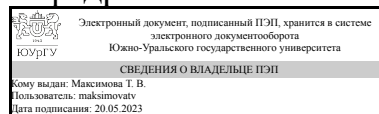


УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



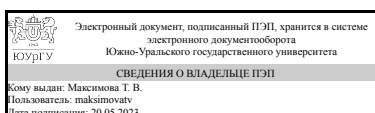
Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.02 Современные концепции маркетинга
для направления 38.04.02 Менеджмент
уровень Магистратура
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг
форма обучения очная
кафедра-разработчик Менеджмент

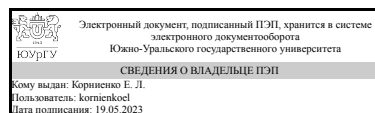
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Т. В. Максимова

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., доцент



Е. Л. Корниенко

1. Цели и задачи дисциплины

Цель - получение теоретических знаний планирования и организации маркетинговой деятельности с использованием современных концепций маркетинга и практических навыков применения маркетинговых инструментов при ведении бизнеса. Задачи: 1. Изучение ключевых понятий маркетинга, истории развития маркетинговых концепций, особенности современных концепций маркетинга 2. Изучение особенностей планирования и реализации маркетинговой стратегии предприятия с использованием современных концепций маркетинга 3. Получение умений и навыков планирования инструментов маркетинга

Краткое содержание дисциплины

Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Развитие концепций маркетинга. Производственная концепция маркетинга. Сбытовая концепция маркетинга. Товарная концепция маркетинга. Маркетинговая концепция. Концепция социально-этичного маркетинга. Концепция маркетинга взаимодействия. Факторы, определяющие новые тенденции в развитии маркетинга в мире. Интеграционные процессы в маркетинге. Покупательское восприятие как основная идея современного подхода в маркетинге. Роль службы маркетинга в деятельности предприятия. Продуктовая и ценовая политика компании. Управление качеством продукта. Политика распределения и коммуникационная политика. Роль современных концепций маркетинга в выборе стратегических и оперативных целей функционирования компании.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен осуществлять разработку инструментальных стратегий маркетинга	Знает: - основные тенденции развития маркетинговых концепций, содержание элементов комплекса маркетинга, роль продукта как части комплекса маркетинга, концепции ЖЦТ, стратегии товарного ассортимента Умеет: - анализировать и оценивать решения в области продуктовых и ценовых стратегий, стратегий распределения и продвижения Имеет практический опыт: - разработки плана маркетинговых мероприятий на основе кейс-технологий
ПК-7 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования и анализ рынков	Знает: - модель и основные элементы маркетинговой среды компании Умеет: - применять методы анализа макро- и микросреды Имеет практический опыт: - разработки маркетинговых решений на основе анализа рыночной ситуации с использованием кейс-технологий

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	Методы исследования рынков и маркетинговый анализ, Маркетинг инноваций, Современные технологии маркетинга, Стратегии взаимоотношений с потребителями, Маркетинговый анализ в отраслях и сферах, Современные маркетинговые стратегии, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр), Производственная практика (преддипломная) (4 семестр), Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (2 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		1	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48	
Лекции (Л)	32	32	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	51,5	51,5	
Подготовка к практическим занятиям (эссе №1, эссе №2, эссе №3, эссе №4, контрольная работа № 1)	22	22	
Подготовка к промежуточной аттестации	8,5	8,5	
Подготовка к мероприятиям текущего контроля (Тестирование №1, тестирование 2, Контрольная работа № 2)	21	21	
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР

1	Эволюция концепций маркетинга	22	14	8	0
2	Особенности современного маркетинга	12	8	4	0
3	Инструменты маркетинга	14	10	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Развитие концепций маркетинга	2
2	1	Производственная концепция маркетинга	2
3	1	Сбытовая концепция маркетинга	2
4	1	Товарная концепция маркетинга	2
5	1	Маркетинговая концепция	2
6	1	Концепция социально-этичного маркетинга	2
7	1	Концепция маркетинга взаимодействия	2
8	2	Факторы, определяющие новые тенденции в развитии маркетинга в мире	2
9	2	Интеграционные процессы в маркетинге	2
10	2	Покупательское восприятие как основная идея современного подхода в маркетинге	2
11	2	Роль службы маркетинга в деятельности предприятия	2
12	3	Продуктовая и ценовая политика компании	2
13	3	Управление качеством продукта	2
14	3	Политика распределения и коммуникационная политика	2
15	3	Роль современных концепций маркетинга в выборе стратегических и оперативных целей функционирования компании	2
16	3	Роль современных концепций маркетинга в выборе стратегических и оперативных целей функционирования компании	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Развитие концепций маркетинга	2
2	1	Производственная и сбытовая концепции маркетинга	2
3	1	Товарная концепция маркетинга и маркетинговая концепция	2
4	1	Концепция социально-этичного маркетинга и концепция маркетинга взаимодействия	2
5	2	Факторы, определяющие новые тенденции в развитии маркетинга в мире. Интеграционные процессы в маркетинге	2
6	2	Покупательское восприятие как основная идея современного подхода в маркетинге. Роль службы маркетинга в деятельности предприятия	2
7	3	Управление качеством продукта	2
8	3	Роль современных концепций маркетинга в выборе стратегических и оперативных целей функционирования компании	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к практическим занятиям (эссе №1, эссе №2, эссе №3, эссе №4, контрольная работа № 1)	ЭУМД 1 https://urait.ru/bcode/511398 ЭУМД 2 https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 3 https://urait.ru/bcode/514184 ЭУМД 4 https://urait.ru/bcode/531436 ЭУМД 5 https://urait.ru/bcode/531483 ЭУМД 6 https://urait.ru/bcode/512019 ЭУМД 7 https://urait.ru/bcode/510837 ЭУМД 8 https://urait.ru/bcode/510958 ЭУМД 9 https://urait.ru/bcode/511008 ЭУМД 10 https://urait.ru/bcode/510957 ЭУМД 11 https://urait.ru/bcode/511221 ЭУМД 12 https://urait.ru/bcode/512962	1	22
Подготовка к промежуточной аттестации	ЭУМД 1 https://urait.ru/bcode/511398 ЭУМД 2 https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 3 https://urait.ru/bcode/514184 ЭУМД 4 https://urait.ru/bcode/531436 ЭУМД 5 https://urait.ru/bcode/531483 ЭУМД 6 https://urait.ru/bcode/512019 ЭУМД 7 https://urait.ru/bcode/510837 ЭУМД 8 https://urait.ru/bcode/510958 ЭУМД 9 https://urait.ru/bcode/511008 ЭУМД 10 https://urait.ru/bcode/510957 ЭУМД 11 https://urait.ru/bcode/511221 ЭУМД 12 https://urait.ru/bcode/512962	1	8,5
Подготовка к мероприятиям текущего контроля (Тестирование №1, тестирование 2, Контрольная работа № 2)	ЭУМД 1 https://urait.ru/bcode/511398 ЭУМД 2 https://urait.ru/bcode/511247 ЭУМД 3 https://urait.ru/bcode/514184 ЭУМД 4 https://urait.ru/bcode/531436 ЭУМД 5 https://urait.ru/bcode/531483 ЭУМД 6 https://urait.ru/bcode/512019 ЭУМД 7 https://urait.ru/bcode/510837 ЭУМД 8 https://urait.ru/bcode/510958 ЭУМД 9 https://urait.ru/bcode/511008 ЭУМД 10 https://urait.ru/bcode/510957 ЭУМД 11 https://urait.ru/bcode/511221 ЭУМД 12 https://urait.ru/bcode/512962	1	21

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	1	Текущий контроль	Эссе N 1	0,1	10	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов.</p> <p>Порядок начисления баллов: 10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплён примерами. 8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплён примерами. 6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплён примерами. менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры. 0 баллов - студент не представил эссе. 2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	экзамен
2	1	Текущий контроль	Тест N 1	0,1	10	<p>Студенты проходят тестирование на занятиях, на базе электронной платформы ЮУРГУ. Студенту необходимо ответить на 10 тестовых вопросов. Время, отведенное на тестирование, составляет 25 минут.</p> <p>При оценке результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценки результатов учебной деятельности студентов (утверждена приказом ректора № 179 от 24.05.2019).</p> <p>Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу.</p> <p>Максимальное количество баллов - 10.</p> <p>Весовой коэффициент события равен 0,1.</p>	экзамен
3	1	Текущий контроль	Essay N 2	0,1	10	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов.</p> <p>Порядок начисления баллов: 10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное</p>	экзамен

						<p>владение материалом, ответ обоснован и подкреплен примерами.</p> <p>8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплен примерами.</p> <p>6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплен примерами.</p> <p>менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры.</p> <p>0 баллов - студент не представил эссе.</p> <p>2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	
4	1	Текущий контроль	Essay N 3	0,1	10	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов.</p> <p>Порядок начисления баллов:</p> <p>10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплен примерами.</p> <p>8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплен примерами.</p> <p>6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплен примерами.</p> <p>менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры.</p> <p>0 баллов - студент не представил эссе.</p> <p>2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	экзамен
5	1	Текущий контроль	Тест N 2	0,1	10	<p>Студенты проходят тестирование на занятиях, на базе электронной платформы ЮУРГУ. Студенту необходимо ответить на 10 тестовых вопросов. Время, отведенное на тестирование, составляет 25 минут.</p>	экзамен

						<p>При оценке результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценки результатов учебной деятельности студентов (утверждена приказом ректора № 179 от 24.05.2019). Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Максимальное количество баллов - 10. Весовой коэффициент события равен 0,1.</p>	
6	1	Текущий контроль	Эссе N 4	0,1	10	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов.</p> <p>Порядок начисления баллов: 10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплён примерами. 8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплён примерами. 6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения, ответ плохо обоснован, но подкреплён примерами. менее 6 баллов - студент не полностью описал свою идею, не смог продемонстрировать хорошее владение теорией, ответ плохо обоснован, приведены неудачные примеры. 0 баллов - студент не представил эссе. 2 балла снимается дополнительно за несвоевременно предоставленную работу.</p>	экзамен
7	1	Текущий контроль	Контрольные задания (работа) N 1	0,2	20	<p>Эссе представляет индивидуальную письменную работу студента.</p> <p>Максимальный балл за работу - 10 баллов.</p> <p>Порядок начисления баллов: 10 баллов - студент полностью описал свою идею, демонстрирует отличное владение материалом, ответ обоснован и подкреплён примерами. 8 балла - студент полностью описал свою идею, но представленное описание имеет незначительные недочеты, неточности, ответ обоснован и подкреплён примерами. 6 балла - студент не полностью описал свою идею, есть пробелы в понимании и выражении собственной точки зрения,</p>	экзамен

ПК-2	Умеет: - анализировать и оценивать решения в области продуктовых и ценовых стратегий, стратегий распределения и продвижения	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: - разработки плана маркетинговых мероприятий на основе кейс-технологий																		
ПК-7	Знает: - модель и основные элементы маркетинговой среды компании	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-7	Умеет: - применять методы анализа макро- и микросреды	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-7	Имеет практический опыт: - разработки маркетинговых решений на основе анализа рыночной ситуации с использованием кейс-технологий																		

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. 1. Ухова, А.И. Modern marketing concepts (Современные концепции маркетинга): methodological guidelines (методические указания) / А.И. Ухова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 13 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. 1. Ухова, А.И. Modern marketing concepts (Современные концепции маркетинга): methodological guidelines (методические указания) / А.И. Ухова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 13 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — URL : https://urait.ru/bcode/511398
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — URL : https://urait.ru/bcode/511247
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. —

			URL : https://urait.ru/bcode/514184
4	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16648-4. — URL : https://urait.ru/bcode/531436
5	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — URL : https://urait.ru/bcode/531483
6	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — URL : https://urait.ru/bcode/512019
7	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — URL : https://urait.ru/bcode/510837
8	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — URL : https://urait.ru/bcode/510958
9	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — URL : https://urait.ru/bcode/511008
10	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — URL : https://urait.ru/bcode/510957
11	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Купцова, А. К. Английский язык для менеджеров и логистов (B1-C1) : учебник и практикум для вузов / А. К. Купцова, Л. А. Козлова, Ю. П. Вольнец ; под общей редакцией А. К. Купцовой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08147-3. — URL : https://urait.ru/bcode/511221
12	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Даниленко, Л. П. Английский язык для экономистов (B1—B2) : учебник и практикум для вузов / Л. П. Даниленко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 130 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07990-6. — URL : https://urait.ru/bcode/512962

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Thr Cambridge Cristallographic Data Centre(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Экзамен	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Контроль самостоятельной работы	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Лекции	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Пересдача	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет
Самостоятельная работа студента	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение, компьютерная техника с выходом в Интернет