

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 38.03.01 Экономика

Наименование образовательной программы: Международные стандарты учета, аудита и финансового менеджмента

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Рабочая программа дисциплины**  
**МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ**

<b>Блок:</b>	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
<b>Часть образовательной программы:</b>	Вариативная
<b>№ дисциплины по учебному плану:</b>	Б1.В.01.04
<b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>	5 семестр - 3;
<b>Часов (всего) по учебному плану:</b>	108 часов
<b>Лекции</b>	5 семестр - 4 часа;
<b>Практические занятия</b>	5 семестр - 8 часов;
<b>Лабораторные работы</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Консультации</b>	5 семестр - 2 часа;
<b>Самостоятельная работа</b>	5 семестр - 92,8 часа;
<b>в том числе на КП/КР</b>	не предусмотрено учебным планом
<b>Иная контактная работа</b>	5 семестр - 0,9 часа;
<b>включая:</b> Тестирование Домашнее задание	
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	5 семестр - 0,3 часа;

**Москва 2019**

**ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:**

Преподаватель

(должность)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Мусаева Д.Э.
	Идентификатор	R12782810-MusayevaDE-892acad

(подпись)

Д.Э. Мусаева

(расшифровка подписи)

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Абрамова Е.Ю.
	Идентификатор	R1661d0f4-AbramovaYY-42471f61

(подпись)

Е.Ю. Абрамова

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	<b>Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»</b>	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курдюкова Г.Н.
	Идентификатор	R6ab6dd0d-KurdiukovaGN-ca01d8d

(подпись)

Г.Н. Курдюкова

(расшифровка подписи)

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** состоит в изучении системы знаний о маркетинге как науке, виде деятельности, способе управления функционированием и развитием субъектов рыночной деятельности, а также – овладении умениями и навыками принятия эффективных маркетинговых управленческих решений на предприятии

### Задачи дисциплины

- освоение теоретических знаний о маркетинге и маркетинговой деятельности предприятия;
- приобретение прикладных знаний в области форм и методов маркетингового управления субъектами рыночной деятельности;
- приобретение навыков реализации теоретических и прикладных знаний в практической маркетинговой деятельности на предприятии.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач		знать: - методы организации для планирования маркетинговой деятельности.  уметь: - формировать стратегии и плана маркетинговой деятельности предприятия на основе анализа полученной информации.
ПК-3 способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами		знать: - методы разработки комплекса маркетинга.  уметь: - строить математическую модель оценки конкурентоспособности продукции и использовать полученные результаты для обоснования решений по управлению конкурентоспособностью.
ПК-7 способностью, используя зарубежные и отечественные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет		знать: - методы анализа внешней среды и разработки маркетинговой стратегии.  уметь: - анализировать необходимую информацию для решения задач ценообразования на продукцию предприятия.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин основной профессиональной образовательной программе Международные стандарты учета, аудита и финансового менеджмента (далее – ОПОП), направления подготовки 38.03.01 Экономика, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания
				Контактная работа							СР			
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль	
КПР	ГК	ИККП	ТК											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Основные понятия, принципы и функции маркетинга	30.1	5	1	-	3	-	0.8	-	0.3	-	25	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Основные понятия, принципы и функции маркетинга" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], п.1
1.1	Понятия, принципы и функции маркетинга	30.1		1	-	3	-	0.8	-	0.3	-	25	-	
2	Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы	29.1		1	-	2	-	0.8	-	0.3	-	25	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [1], п.3
2.1	Планирование маркетинговой деятельности фирмы	29.1		1	-	2	-	0.8	-	0.3	-	25	-	
3	Разработка комплекса маркетинга	30.8		2	-	3	-	0.4	-	0.3	-	25.1	-	<b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Разработка комплекса маркетинга" <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b> [2], п.2
3.1	Разработка комплекса маркетинга	30.8		2	-	3	-	0.4	-	0.3	-	25.1	-	
	Зачет с оценкой	18.0			-	-	-	-	-	-	-	0.3	-	17.7
	<b>Всего за семестр</b>	<b>108.0</b>		<b>4</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>2.0</b>	<b>-</b>	<b>0.9</b>	<b>0.3</b>	<b>75.1</b>	<b>17.7</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>108.0</b>		<b>4</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>2.0</b>	<b>0.9</b>	<b>0.3</b>	<b>0.3</b>	<b>0.3</b>	<b>92.8</b>		

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

### **3.2 Краткое содержание разделов**

#### 1. Основные понятия, принципы и функции маркетинга

##### 1.1. Понятия, принципы и функции маркетинга

Понятие рынка, товара, удовлетворения потребностей. Концепции маркетинга: производственная, бытовая, с ориентацией на потребителя, интегрированного маркетинга, стратегического, социально-этического маркетинга, сетевого и маркетинга отношений. Принципы современного маркетинга. Целевой и массовый маркетинг. Субъекты маркетинговой деятельности. Функции макромаркетинга. Критика маркетинга, общественное и государственное регулирование маркетинговой деятельности.

#### 2. Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы

##### 2.1. Планирование маркетинговой деятельности фирмы

Процесс управления маркетинговой деятельностью и его этапы. Анализ и учет внешней среды в маркетинговой деятельности фирмы. Анализ целевого рынка фирмы: выделение родового рынка и рынков товара. Сегментация рынка. Виды конкуренции товаров. Методика комплексной оценки конкурентоспособности продукции. Оценка возможностей фирмы с учетом неконтролируемой среды. Учет ресурсных организаций при поиске рыночных возможностей. Виды конкуренции и маркетинговая стратегия.

#### 3. Разработка комплекса маркетинга

##### 3.1. Разработка комплекса маркетинга

Принятие решений о маркетинговых характеристиках товара фирмы. Ценообразование и ценовая политика предприятия. Построение системы распространения товаров фирмы. Разработка системы стимулирования продаж.

### **3.3. Темы практических занятий**

1. Поиск и отбор привлекательных для фирмы рыночных возможностей. Конкурентоспособность продукции;
2. Маркетинговые исследования;
3. Стимулирование продаж;
4. Разработка системы распространения товара;
5. Разработка комплекса маркетинга. Принятие решений о маркетинговых характеристиках товара фирмы. Планирование и управление товаром;
6. Анализ конъюнктуры товарного рынка;
7. Анализ неконтролируемых внешних параметров рынка;
8. Концепции, принципы и функции маркетинга. Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы.

### **3.4. Темы лабораторных работ**

не предусмотрено

### **3.5 Консультации**

#### Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Основные понятия, принципы и функции маркетинга"

2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Разработка комплекса маркетинга"

### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ**

Курсовой проект/ работа не предусмотрены



### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)			Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	
<b>Знать:</b>					
методы организации для планирования маркетинговой деятельности	ОПК-2(Компетенция)	+			Тестирование/Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы
методы разработки комплекса маркетинга	ПК-3(Компетенция)		+		Тестирование/Процесс управления маркетинговой деятельности
методы анализа внешней среды и разработки маркетинговой стратегии	ПК-7(Компетенция)		+		Тестирование/Процесс управления маркетинговой деятельности
<b>Уметь:</b>					
формировать стратегии и плана маркетинговой деятельности предприятия на основе анализа полученной информации	ОПК-2(Компетенция)			+	Домашнее задание/Разработка
строить математическую модель оценки конкурентоспособности продукции и использовать полученные результаты для обоснования решений по управлению конкурентоспособностью	ПК-3(Компетенция)			+	Домашнее задание/Разработка
анализировать необходимую информацию для решения задач ценообразования на продукцию предприятия	ПК-7(Компетенция)			+	Домашнее задание/Разработка

## **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

#### **5 семестр**

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Процесс управления маркетинговой деятельности (Тестирование)
2. Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Разработка (Домашнее задание)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

*Зачет с оценкой (Семестр №5)*

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

## **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. В. С. Сергеев- "Маркетинговая деятельность в обеспечении конкурентоспособности предприятия", Издательство: "Лаборатория книги", Москва, 2010 - (162 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87326>;
2. Табачный, Е. М. Маркетинговая и внешнеэкономическая деятельность предприятия. Сборник задач : Учебное пособие по курсам "Маркетинговая деятельность предприятия" "Внеэкономическая деятельность предприятия" по специальности "Экономика и управление на предприятии" / Е. М. Табачный, Г. Н. Курдюкова, Моск. энерг. ин-т (МЭИ ТУ) . – М. : Изд-во МЭИ, 2004 . – 72 с. - ISBN 5-7046-1052-8 ..

### **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office;
3. Windows;
4. Майнд Видеоконференции.

### **5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>

6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-417/6, Белая мультимедийная студия	стол компьютерный, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, компьютер персональный
	Ж-417/7, Световая черная студия	стул, компьютерная сеть с выходом в Интернет, микрофон, мультимедийный проектор, экран, оборудование специализированное, компьютер персональный
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	Ж-2006, Конференц-зал ИДДО	стол, стул, компьютер персональный, кондиционер
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	Ж-417 /2а, Помещение для инвентаря	стеллаж для хранения инвентаря, экран, указка, архивные документы, дипломные и курсовые работы студентов, канцелярский принадлежности, спортивный инвентарь, хозяйственный инвентарь, запасные комплектующие для оборудования

**БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ****Маркетинговая деятельность предприятий**

(название дисциплины)

**5 семестр****Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

КМ-1 Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы (Тестирование)

КМ-2 Процесс управления маркетинговой деятельности (Тестирование)

КМ-3 Разработка (Домашнее задание)

**Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.**

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3
		Неделя КМ:	3	9	12
1	Основные понятия, принципы и функции маркетинга				
1.1	Понятия, принципы и функции маркетинга		+		
2	Управление и планирование маркетинговой деятельности фирмы				
2.1	Планирование маркетинговой деятельности фирмы			+	
3	Разработка комплекса маркетинга				
3.1	Разработка комплекса маркетинга				+
Вес КМ, %:			30	35	35