

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Ивановский государственный политехнический университет"**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института _____

_____ 2026 г.

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	ОПГХ (Организации производства и городского хозяйства)		
Учебный план	23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов, 38.03.02 Менеджмент		
Направленность (профиль)	Автомобильный сервис и управление		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	128	Виды контроля в семестрах: экзамен, 6 семестр курсовая работа, 6 семестр	
в том числе:			
аудиторные занятия	38		
самостоятельная работа	58		
часов на контроль	32		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	6		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	14	14	14	14
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	38	38	38	38
Контактная работа	38	38	38	38
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	32	32	32	32
Итого	128	128	128	128

Программу составил(и):

Хрипунов С.Н., доцент, _____

Рецензент(ы):

Медведева М.В., доцент, _____

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг

Разработана в соответствии с ФГОС ВО

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования-бакалавриат по направлению подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов. Приказ Минобрнауки России от 07.08.2020 №916. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования-бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 №970.

составлена на основании учебного плана

23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов, 38.03.02 Менеджмент

утвержденного ученым советом вуза от 26.03.2026 протокол №6

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

ОПГХ (Организации производства и городского хозяйства)

Зав. кафедрой Опарина Л.А. _____

Согласовано

Зав. выпускающей кафедрой ТАД Гриценко Е.А. _____

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цели:	изучить теоретические основы маркетинговой деятельности, сформировать умения по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, навыки разработки стратегий маркетинга в области товарной политики, ценообразовании, сфере распределения и продвижения продукции и инновационных технологий и/или услуг транспортных и сервисных предприятий
Задачи:	– усвоение основных понятий в области маркетинга; – изучение содержания маркетинговой деятельности на примере предприятий по эксплуатации транспортно-технологических машин; – формирование навыков разработки и внедрения стратегий комплекса маркетинга; – приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.03.13
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
	Обучающемуся, приступающему к изучению дисциплины "Маркетинг", необходимо знать основные экономические понятия, законы и теории, экономические показатели, организационно-правовые формы предприятий, статистические методы оценки; принципы, функции и методы управления, нормативно-правовую базу экономической деятельности; уметь применять основные экономические законы и положения на практике; владеть основными понятиями, определёнными в предшествующих дисциплинах, а также информационными технологиями и нормативно-правовой базой профессиональной деятельности.
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
	Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий автосервиса, Управление рисками, Производственная практика (технологическая проектно-технологическая), Производственная практика (преддипломная 2)

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ	
ОПК-дк-10: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	
ОПК-дк-10.1. Знает основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации	
ОПК-дк-10.2. Умеет выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	
ОПК-дк-10.3. Владеет разработкой бизнес-планов, проектов и направлений бизнеса	
ОПК-дк-11: Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	
ОПК-дк-11.1. Знает процессы создания цепочки, создания ценности (товаров, работ, услуг) и участвует в его реализации	
ПК-5: Прогнозирование развития товарных рынков автотранспортных средств и их компонентов	
ПК-5.1. Разработка программы маркетингового исследования товарных рынков автотранспортных средств и их компонентов	
ПК-5.2. Разработка аналитико-прогностических моделей товарных рынков автотранспортных средств и их компонентов	
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:	
Знать:	цели, принципы, функции, объекты маркетинга, основные инструменты комплекса маркетинга, маркетинговую среду и её анализ, стратегию целевого маркетинга, методы сбора и анализа информации, методы планирования и прогнозирования, подходы к организации деятельности маркетинговых служб
Уметь:	выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять инструменты маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и принимать экономически обоснованные маркетинговые решения
Владеть:	умениями и навыками организации маркетинговой деятельности и оценки её экономической эффективности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
Раздел 1. Методологические основы маркетинга Тема 1. Основные понятия в маркетинге Тема 2. Функции маркетинга Тема 3. Маркетинговые исследования			
/Лек/	6	4	
/Пр/	6	6	
/СР/	6	14	
Раздел 2. Раздел 2. Целевой маркетинг Тема 1. Сегментация рынка Тема 2. Стратегии маркетинга Тема 3. Позиционирование товара			
/Лек/	6	4	
/Пр/	6	6	
/СР/	6	14	
Раздел 3. Организация и планирование маркетинговой деятельности Тема 1. Товарная политика предприятия Тема 2. Сбыт и система распределения Тема 3. Ценообразование			
/Лек/	6	4	
/Пр/	6	6	
/СР/	6	14	
Раздел 4. Раздел 4. Управление маркетинговой деятельностью Тема 1. Организация службы маркетинга на предприятии Тема 2. Планирование в маркетинге Тема 3. Стратегический анализ в маркетинге			
/Лек/	6	2	
/Пр/	6	6	
/СР/	6	16	
/Эк/	6	32	
/КР/	6	0	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В рамках внутренней системы оценки качества подготовки для текущего контроля и промежуточной аттестации в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся (очной формы обучения). При проведении занятий и организации самостоятельной работы обучающихся используются: 1. ТРАДИЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по образцу: информационная лекция, лекция-проблема, практические занятия, самостоятельная работа. Информационная лекция Информационная лекция в классическом варианте предполагает одностороннее изложение больших объёмов информационного материала. Она побуждает к дополнительному изучению литературы, разъясняя ключевые пункты изучаемой темы. Практические занятия Практическое занятие состоит из трёх структурных частей: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно само практическое занятие (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (работа обучающихся после практического занятия по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях). Практические занятия помогают обучающимся глубже усвоить учебный материал, приобрести навыки творческой работы над документами и первоисточниками. У обучающихся должны быть сформированы практические навыки сбора данных, их анализа, принятия решений и формулирования выводов. Каждое практическое занятие целесообразно заканчивать кратким выводом и рекомендациями преподавателя относительно дальнейшей работы. Самостоятельная работа Средством формирования профессиональных компетенций выступает, помимо аудиторной, и самостоятельная работа. Это планируемая работа обучающихся, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. 2. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ, предполагающие организацию обучения как продуктивной творческой деятельности в режиме взаимодействия обучающихся друг Для данной дисциплины наиболее эффективными являются следующие интерактивные технологии: - дискуссия; - деловая игры; - «мозговой штурм»; - метод проектов. Дискуссия

3. ДИСТАНЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации образовательной программы в университете применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Для проведения аудиторной и внеаудиторной контактной работы используется технологии видеоконференцсвязи. Для обеспечения обратной связи с обучающимися допускается использование электронной почты.

Для проведения всех видов занятий используется электронная информационно-образовательная среда вуза.

Данная технология обучения может быть использована как на практических занятиях, так и в качестве задания для самостоятельной работы (индивидуальной и коллективной) обучающихся.

Использование интерактивных образовательных технологий в процессе обучения способствует повышению интереса и мотивации у обучающихся, активизации мыслительной деятельности и их творческого потенциала, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение и ввести экстренную коррекцию знаний.

Данные технологии обеспечивают высокий уровень усвоения обучающимися знаний, эффективное и успешное овладение умениями и навыками, формируют познавательную потребность и необходимость дальнейшего самообразования, позволяют активизировать исследовательскую деятельность, обеспечивают эффективный контроль усвоения знаний.

В рамках учебного курса предусматриваются встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Примерная тематика курсовой работы "Разработка стратегии и тактики маркетинга на автосервисных предприятиях":

1. Роль маркетинга в деятельности предприятия.
2. Товар как категория маркетинга.
3. Этапы организации маркетинговых исследований на предприятии.
4. Виды маркетинговой информации и источники её получения.
5. Методы маркетинговых исследований.
6. Оценка конъюнктуры и ёмкости товарных рынков.
7. Ситуационный анализ внутренней и внешней деятельности предприятия.
8. Роль позиционирования товаров и фирмы в маркетинговой деятельности предприятия.
9. Анализ и оценка конкурентной среды предприятия на рынке.
10. Конкурентоспособность как концепция маркетинговой стратегии предприятия.
11. Качество товара (услуги) и его влияние на конкурентоспособность.
12. Разработка нового товара как рыночная стратегия фирмы.
13. Маркетинговые стратегии предприятия на разных этапах жизненного цикла товара.
14. Сервис в системе товарной политики и сбытовой деятельности предприятия.
15. Формирование ассортиментной политики предприятия.
16. Стратегии ценообразования на различных этапах жизненного цикла товаров.
17. Система распределения в комплексе маркетинга, функции распределения.
18. Принципы построения каналов распределения товаров.
19. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций как средство формирования спроса на товары и услуги.
20. Организация рекламной кампании на предприятии и оценка её эффективности.
21. Роль стимулирования сбыта в формировании и повышении спроса на товары и услуги.
22. Маркетинговые возможности сети Интернет.
23. Организация маркетинговой службы на предприятии, её функции.
24. Значение планирования в маркетинге.
25. Концепции международного маркетинга при выходе на мировые рынки.

Примеры практических заданий в курсовых работах:

1. Выберите товар (или группу товаров), с которым фирма может выйти на рынок. Проведите сегментацию рынка и оцените ёмкость выбранного сегмента, его доступность, информационную насыщенность, существенность, прибыльность, защищённость от конкуренции. Дайте прогноз поведения этой фирмы в случае начала устаревания выпускаемого товара.
2. Фирма изготавливает и реализует автомобили. Какие требования будут предъявлять к товару фирмы отрицатели моды, равнодушные покупатели, расчётливые потребители, практично-модные покупатели, провинциалы в моде, лидеры моды?
3. Какие показатели качества будут наиболее важными для потребителей, если этими товарами являются:
 - а) авиадвигатель;
 - б) комбайн;
 - в) оборудование для диагностики тормозных систем;
 - г) автомагнитола;
 - д) стеклоочиститель?
4. Какой товарный знак вы предложили бы фирме, занимающейся предоставлением автосервисных услуг? Проанализируйте вашу разработку с точки зрения запоминаемости, простоты, соответствия профилю деятельности фирмы, образности, оригинальности.
5. В российской практике найдите примеры несоответствия цены и качества товара и объясните их.

ФОС по дисциплине представлен в ПРИЛОЖЕНИИ к РПД.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1 Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л1.1	Чертыковцев, В. К.	Маркетинг: Учебник для вузов, URL: https://e.lanbook.com/book/462350 , ,	Издательство "Лань", 2025,

Л1.2	Крылова, Л. В., Кривонос, А. А., Морозова, Н. И.	Маркетинг в сервисе: учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения, направления подготовки 43.03.01 Сервис, URL: https://e.lanbook.com/book/403934 , ,	Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, 2023,
Л1.3	Сусов, Р. В.	1С:Академия ERP. Управление маркетингом и сбытом, URL: https://e.lanbook.com/book/477833 , ,	1С-Паблишинг, 2025,

7.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л2.1	Бурков, В. Ю	Инструменты рекламы и маркетинга для малого и среднего бизнеса, URL: https://e.lanbook.com/book/445826 , ,	Издательство "Прометей", 2024,
Л2.2	Реброва, Н. П.	Маркетинг: учебник и практикум для вузов , URL: https://urait.ru/book/marketing-560155 , ,	М.: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2025,

7.1.3 Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л3.1	Хрипунов С.Н.	Маркетинг: методические указания по написанию курсовой работы для обучающихся очной формы обучения, ,	Иваново: ФГБОУ ВО "ИВГПУ", 2025,

7.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

E-learning Портал электронного образования ИВГПУ: <https://moodle.ivgpu.ru/>

7.3. Информационное обеспечение дисциплины

7.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

	Microsoft Office Professional Plus 2007 Microsoft Windows 7 Профессиональная Майкрософт Windows 10 Pro Microsoft Office Standard 2013 Google Chrome Firefox Browser Яндекс Браузер 360 Total Security
--	--

7.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

7.3.2.1	ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн", https://biblioclub.ru
7.3.2.2	Электронная библиотека ИВГПУ, https://lib.ivgpu.ru/
7.3.2.3	ЭБС издательства "Лань", https://e.lanbook.com/

8. МТО (ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ)

Учебная аудитория – помещение для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Это методический кабинет с комплектом учебной и специальной литературы, доской, экраном, проектором и ноутбуком по заявке преподавателя. Имеется выход в информационно-образовательную среду университета и удалённый доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам. В кабинете также имеется необходимая литература (учебники, методические пособия, периодические издания). В процессе обучения широко используются возможности электронной библиотеки университета.

Читальный зал – помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета. Читальный зал ИВГПУ имеет подборку специализированной литературы.

Мультимедийное оборудование (компьютер или ноутбук, проектор или видеомонитор, устройства воспроизведения с внешних носителей, интерактивная доска).

Аудио-, видео-, мультимедийные материалы.

Нормативная и техническая документация (в т.ч. в электронной форме).

Образцы товаров, наглядные пособия.

Методическое обеспечение дисциплины (в т.ч. в электронной форме).

Информационное обеспечение дисциплины (в т.ч. в электронной форме).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС Университета.

E-learning Портал электронного образования ИВГПУ: <https://moodle.ivgpu.ru/>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции являются одним из важнейших этапов изучения дисциплины и систематизации знаний у обучающихся. Их необходимо использовать при подготовке к экзамену, практическим занятиям.

Практические занятия требуют предварительного знакомства с теоретическим (лекционным) материалом, а также самостоятельного изучения отдельных вопросов по заданным темам. После завершения занятия необходимо проверить правильность выполнения работы у преподавателя, отчитаться по данной теме.

Самостоятельная работа обучающихся проводится по указанным преподавателям темам и рекомендуемой литературе.

Подготовка к лекционному занятию включает выполнение всех видов заданий, рекомендованных к каждой лекции, т.е. задания выполняются ещё до лекционного занятия по соответствующей теме.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчёркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Необходимо задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Целесообразно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.

Самостоятельная работа обучающегося является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа обучающегося над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы обучающегося определяется рабочей программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Можно дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы и использовать их в дальнейшем обучении.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах.

Наиболее важным моментом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации – экзамену, защите курсовой работы.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

При чтении лекций применяются активные и интерактивные методы: информационная лекция, лекция-проблема, лекция-визуализация, блиц-игра, идейная карусель, симпозиум.

При проведении практических занятий применяются активные и интерактивные технологии: пленарная дискуссия, деловая игра и т.п.

При организации внеаудиторной самостоятельной работы по данной дисциплине используются следующие её формы:

- проблемные задания;
- подготовка к проверке текущего контроля знаний;
- подготовка к практическим занятиям;
- курсовое проектирование;
- подготовка к экзамену.

Для максимального усвоения дисциплины рекомендуется проведение письменного опроса (тестирование) обучающихся по материалам лекций. Подборка вопросов для тестирования осуществляется на основе изученного теоретического материала.

Перечень контрольных мероприятий:

1. Текущий контроль – осуществляется на практических занятиях. Преподаватель оценивает качество работы на занятиях и правильность ответов на вопросы обсуждения. Также к текущему контролю относятся участие в дискуссии, выполнение проблемных заданий, проведение тестирования по темам дисциплины.
2. Промежуточный контроль – зачёт / экзамен, курсовая работа.

10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВО ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Преподавание дисциплины должно учитывать особенности познавательной деятельности и личностной особенности обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов (по возможности на лекциях, семинарах, лабораторных работах и т.д.). Учет особенностей обучающихся с инвалидностью в полной мере проявляется на предусмотренных для таких обучающихся индивидуальных консультациях по дисциплине.

Необходимо во время преподавания в общей группе учитывать реальные возможности лиц с ОВЗ и инвалидов. Коррекция методики преподавания для данной группы лиц возможна на индивидуальных занятиях. Преподаватель должен учитывать физиологические особенности обучаемого и разработать рекомендации и приемы выполнения поставленной задачи индивидуально. Возможен подбор индивидуального задания с коррекцией уровня сложности выполняемого задания.

Специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Необходимо учитывать тот факт, что обучающиеся не всегда имеют физическую возможность посещать занятия. Поэтому целесообразно разрабатывать дистанционную информационную поддержку процесса обучения. Таким средством могут являться обучающие компьютерные фильмы по данной дисциплине, презентации, которые обучающийся может просматривать дома в комфортной среде и без лимита времени.

Обучающиеся из числа лиц с ОВЗ и инвалидов обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

При проведении занятий в компьютерных лабораториях целесообразно использовать проектор для наиболее удобного размещения обучающегося с ОВЗ при изложении материала занятия.