

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Алтайский государственный аграрный университет»

СОГЛАСОВАНО

Декан экономического факультета

 В.Е. Левичев

«7» июля 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И.А. Косачев

«8» июля 2016 г.

**Кафедра товароведения и маркетинга**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Введение в маркетинг»**

Направление подготовки

**38.03.02 «Менеджмент»**

Профиль подготовки

**«Маркетинг»**

**«Производственный менеджмент»**

**Уровень высшего образования – бакалавриат**

**Программа подготовки – прикладной бакалавриат**

Барнаул 2016

Рабочая программа учебной дисциплины «Введение в маркетинг» составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», в соответствии с учебным планом, утвержденным ученым советом университета в:

- 2016г. по профилям подготовки «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для очной формы обучения;

- 2016г. по профилям подготовки «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для заочной формы обучения

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол № 4 от «2» июня 2016 г.

Зав. кафедрой,

д.э.н., профессор  
ученая степень, ученое звание

  
И.В. Ковалева  
подпись

Одобрена на заседании методической комиссии экономического факультета, протокол № 7 от «30» июня 2016г.

Председатель методической комиссии,

к.п.н., доцент  
ученая степень, ученое звание

  
Н.В. Тумбаева  
подпись

Составитель:

к.э.н., ст.преподаватель  
ученая степень, должность

  
Д.В. Рожкова  
подпись

## Лист внесения дополнений и изменений в рабочую программу учебной дисциплины «Введение в маркетинг»

<p style="text-align: center;"><b>на 2017 - 2018 учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № 11 от 29 августа 2017г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Изменения не вносились</u></li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;"><u>Д.э.н., доцент</u></td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;"></td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;"><u>И.В. Ковалева</u></td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="font-size: small;">подпись</td> <td style="font-size: small;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	<u>Д.э.н., доцент</u>		<u>И.В. Ковалева</u>	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия	<p style="text-align: center;"><b>на 201__ - 201__ учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _____</li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="font-size: small;">подпись</td> <td style="font-size: small;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
<u>Д.э.н., доцент</u>		<u>И.В. Ковалева</u>																							
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																							
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
_____	_____	_____																							
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																							
<p style="text-align: center;"><b>на 201__ - 201__ учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _____</li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="font-size: small;">подпись</td> <td style="font-size: small;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия	<p style="text-align: center;"><b>на 201__ - 201__ учебный год</b></p> <p>Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры, протокол № __ от _____ 201__ г.</p> <p>В рабочую программу вносятся следующие изменения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. _____</li> <li>2. _____</li> <li>3. _____</li> <li>4. _____</li> <li>5. _____</li> </ol> <p>Составители изменений и дополнений:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">ученая степень, должность</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">подпись</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table> <p>Зав. кафедрой</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> <td style="width: 33%; border-bottom: 1px solid black;">_____</td> </tr> <tr> <td style="font-size: small;">ученая степень, ученое звание</td> <td style="font-size: small;">подпись</td> <td style="font-size: small;">И.О. Фамилия</td> </tr> </table>	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия	_____	_____	_____	ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
_____	_____	_____																							
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																							
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
ученая степень, должность	подпись	И.О. Фамилия																							
_____	_____	_____																							
ученая степень, ученое звание	подпись	И.О. Фамилия																							

## Оглавление

1.	Цель и задачи освоения дисциплины	3
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	3
3.	Требования к результатам освоения содержания дисциплины	5
4.	Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий	6
5.	Тематический план освоения дисциплины	7
6.	Образовательные технологии	9
7.	Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	9
7.1	Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости	9
7.2	Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации	10
8.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	12
9.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
	Приложения	13

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины

*Цель дисциплины* – формирование у студентов теоретических знаний об основах маркетинга и профессиональной деятельности маркетолога в современных рыночных условиях.

*Задачи дисциплины:*

- освоить понятийный аппарат теории маркетинга;
- раскрыть специфику профессиональной деятельности маркетолога;
- рассмотреть процесс обучения маркетингу в ВУЗе.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Введение в маркетинг» относится к дисциплине по выбору Блока 1.

Дисциплина «Введение в маркетинг» требует от студентов базовых знаний школьного курса дисциплины «Обществознание».

Таблица 2.1 – Сведения о дисциплинах, практиках (и их разделах), на которые опирается содержание данной дисциплины

Наименование дисциплин, других элементов учебного плана	Перечень разделов
-	-

## 3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Таблица 3.1 – Сведения о компетенциях и результатах обучения, формируемых данной дисциплиной.

Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной	Коды компетенций в соответствии с ФГОС ВО	Перечень результатов обучения, формируемых дисциплиной		
		По завершении изучения данной дисциплины выпускник должен		
		знать	уметь	владеть
способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-7	основы теории маркетинга и требований информационной безопасности;	применять в будущей профессиональной деятельности знания о рынке, маркетинге и информации;	навыком применения теории маркетинга в практике.

#### 4. Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

Таблица 4.1 – Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий, реализуемой по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилей «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для очной и заочной форм обучения, часов

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, часов, всего,	16	12	
в том числе:			
1.1. Лекции	16	12	
1.2. Лабораторные работы	-	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	-	-	
2. Самостоятельная работа, часов, всего	92	96	
в том числе:			
2.1. Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	-	-	
2.2. Расчетно-графическое задание (РГР)	-	-	
2.3. Самостоятельное изучение разделов	83	92	
2.4. Текущая самоподготовка	-	-	
2.5. Подготовка и сдача зачета	9	4	
2.6. Контрольная работа (К)	-	-	
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	108	108	
Форма промежуточной аттестации	3	3	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3	3	

\* Формы промежуточной аттестации: зачет (З), экзамен (Э), дифференцированный зачет (ДЗ).

#### 5. Тематический план изучения дисциплины

Таблица 5.1 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилей «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для очной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинарские)	Самостоятельная работа	
<b>1 семестр</b>						
<b>Раздел 1. Введение в дисциплину</b>						
Эволюция содержания и форм маркетинга	1. Понятие и сущность маркетинга. 2. История и предпосылки возникновения маркетинга. 3. Становление маркетинга в России.	4	-	-	16	-

Рынок как объект маркетинга	1. Понятие и функции рынка. 2. Классификация рынков, рыночная инфраструктура и ее элементы. 3. Основные категории рыночной экономики	4	-	-	16	-
<b>Раздел 2. Профессиональные навыки маркетолога</b>						
Требования рынка труда к профессиональным обязанностям маркетолога	1. Социальная значимость профессии маркетолога. 2. Требования к профессии маркетолога.	4	-	-	16	-
Должностная инструкция маркетолога	1. Задачи и функции маркетолога на производстве. 2. Задачи и функции маркетолога в сельском хозяйстве.	2	-	-	16	-
<b>Раздел 3. Маркетинг в ВУЗе</b>						
Обучение маркетингу в ВУЗе	1. Понятие и сущность высшего образования 2. Система управления вузом 3. Научная и творческая самореализация студента в вузе	2	-	-	19	-
	Подготовка к зачету	-	-	-	9	-
	Всего	16	-	-	92	-

Таблица 5.2 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС по учебному плану по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилей «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для очной формы обучения, часов

№ п/п	Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
1.	Самостоятельное изучение разделов	83	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
2.	Подготовка к зачету	9	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы

Таблица 5.3 – Тематический план изучения дисциплины по учебному плану по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилей «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для заочной формы обучения, часов

Наименование темы	Изучаемые вопросы	Объем часов				Форма текущего контроля
		Лекции	Лабораторные работы	Практические (семинары)	Самостоятельная работа	
<b>1 семестр</b>						
<b>Раздел 1. Введение в дисциплину</b>						
Эволюция содержания и форм маркетинга	4. Понятие и сущность маркетинга. 5. История и предпосылки возникновения маркетинга. 6. Становление маркетинга в России.	4	-	-	16	-
Рынок как объект маркетинга	1. Понятие и функции рынка. 2. Классификация рынков, рыночная инфраструктура и ее элементы. 3. Основные категории рыночной экономики	2	-	-	16	-
<b>Раздел 2. Профессиональные навыки маркетолога</b>						
Требования рынка труда к профессиональным обязанностям маркетолога	3. Социальная значимость профессии маркетолога. 4. Требования к профессии маркетолога.	2	-	-	20	-
Должностная инструкция маркетолога	3. Задачи и функции маркетолога на производстве. 4. Задачи и функции маркетолога в сельском хозяйстве.	2	-	-	20	-
<b>Раздел 3. Маркетинг в ВУЗе</b>						
Обучение маркетингу в ВУЗе	4. Понятие и сущность высшего образования 5. Система управления вузом 6. Научная и творческая самореализация студента в вузе	2	-	-	20	-
	Подготовка к зачету	-	-	-	4	-
	Всего	12	-	-	96	-

Таблица 5.4 – Вид, контроль выполнения и методическое обеспечение СРС по учебному плану по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилей «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для заочной формы обучения, часов

№ п/п	Вид СРС	Количество часов	Контроль выполнения	Методическое обеспечение
1.	Самостоятельное изучение разделов	92	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы
2.	Подготовка к зачету	4	Зачет	Список основной учебной литературы, методические рекомендации к СРС настоящей программы

### 6. Образовательные технологии

Реализация компетентного подхода при изучении дисциплины «Введение в маркетинг» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (табл. 6.1, 6.2).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах по дисциплине «Введение в маркетинг», в соответствии с данной программой составляет 100 процентов для очной и заочной форм обучения.

Таблица 6.1– Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях по учебному плану по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилей «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для очной формы обучения

Семестр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий	Количество часов
1-й семестр	Л	<i>Лекция – презентация</i> с применением мультимедийных технологий по ключевым темам курса.	6
	Л	<i>Лекция – беседа</i> , построенная в форме активного диалога с аудиторией. Объяснение вопросов происходит с показом иллюстраций и демонстрацией примеров.	10
Итого:			16

Таблица 6.2– Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые на аудиторных занятиях по учебному плану по учебному плану по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профилей «Маркетинг», «Производственный менеджмент» для заочной формы обучения

Семестр	Вид занятия	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий	Количество часов
	Л	<i>Лекция – презентация</i> с применением мультимедийных технологий	6

1-й семестр		по ключевым темам курса.	
	Л	<i>Лекция – беседа</i> , построенная в форме активного диалога с аудиторией. Объяснение вопросов происходит с показом иллюстраций и демонстрацией примеров.	6
Итого:			12

## **7. Характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

### **7.1 Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости**

В связи с отсутствием в учебном плане часов практических занятий по дисциплине «Введение в маркетинг» текущий контроль успеваемости не проводится.

#### ***Вопросы для самостоятельного изучения***

1. Маркетинг как составная часть коммерческой деятельности.
2. Становление маркетинга за рубежом.
3. Становление маркетинга в России.
4. Маркетинг как система.
5. Спрос и предложение на рынке.
6. Виды конкуренции на рынке.
7. Компетенции бакалавра направления «Менеджмент» профиля «Маркетинг».
8. Сравнительная характеристика современного состояния маркетинга в России и за рубежом.
9. Маркетинг в менеджменте.
10. Маркетинговое управление предприятием.
11. Отличие маркетингового от традиционного подхода к управлению предприятием.

### **7.2. Характеристика фондов оценочных средств для промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Введение в маркетинг» проходит в форме зачета устно или письменно по билетам.

#### **Перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Понятие и сущность маркетинга.
2. История и предпосылки возникновения маркетинга.
3. Становление маркетинга в России.
4. Понятие и функции рынка.
5. Классификация рынков, рыночная инфраструктура и ее элементы.
4. Основные категории рыночной экономики
6. Социальная значимость профессии маркетолога.

7. Требования к профессии маркетолога
8. Задачи и функции маркетолога на производстве.
9. Задачи и функции маркетолога в сельском хозяйстве.
10. Понятие и сущность высшего образования
11. Система управления вузом
12. Научная и творческая самореализация студента в вузе
13. Маркетинг как составная часть коммерческой деятельности.
14. Становление маркетинга за рубежом.
15. Становление маркетинга в России.
16. Маркетинг как система.
17. Спрос и предложение на рынке.
18. Виды конкуренции на рынке.
19. Компетенции бакалавра направления «Менеджмент» профиля «Маркетинг».
20. Сравнительная характеристика современного состояния маркетинга в России и за рубежом.
21. Маркетинг в менеджменте.
22. Маркетинговое управление предприятием.
23. Отличие маркетингового от традиционного подхода к управлению предприятием.

## **8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

*а) библиографический список рекомендуемых изданий основной учебной литературы:*

1. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Годин А. М. - 11-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К, 2014. - 656 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56247#authors>
2. Ковалева, И. В. Маркетинг : учебно-методическое пособие / И. В. Ковалева, Е. В. Краснов, Ю. В. Хренова ; АГАУ. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2012. - 110 с.
3. Кореннов, С. А. Управление маркетингом : учебное пособие / С. А. Кореннов, Ю. В. Хренова. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2012 - Ч. 1 : Маркетинг как интегрирующая функция принятия управленческих решений : учебное пособие. - 2012. - 56 с.
4. Маркетинг : учебное пособие для вузов / ред. Е. В. Закшевская. - М. : КолосС, 2012. - 247 с.
5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / ред.: Ю. В. Морозов, В. Т. Гришина. - 9-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К", 2013. - 448 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56242#authors>
6. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. - 8-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К", 2013. - 148 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56262#authors>

7. Романов, А. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2012. - 440 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/3565#authors>

8. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2013. - 552 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/5630#authors>

*б) библиографический список рекомендуемых изданий дополнительной учебной литературы:*

1. Ковалева, И. В. Международный маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов очной и заочной форм обучения экономических направлений, квалификации бакалавр и магистр / И. В. Ковалева. - Барнаул : АГАУ, 2013. - 128 с.

2. Международный маркетинг : учебное пособие для вузов / ред. Н. А. Нагапетьянц. - М. : Вузовский учебник. - [Б. м.] : ИНФРА-М, 2012.

3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2013. - 296 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56250#authors>

4. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2014. - 252 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/44072#authors>

5. Синяева, И. М. Маркетинг торговли [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 4-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2014. - 752 с. - (Основы наук). - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56245#authors>

## **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Изучение дисциплины проходит в лекционных аудиториях и аудиториях для проведения практических занятий, оснащенных мультимедийными комплексами.

Аннотация дисциплины  
**«Введение в маркетинг»**  
 для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»  
 профиль «Маркетинг», «Производственный менеджмент»

**Цель дисциплины:** формирование у студентов теоретических знаний об основах маркетинга и профессиональной деятельности маркетолога в современных рыночных условиях.

**Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций**

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1.	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7)

**Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» по профилям «Маркетинг», «Производственный менеджмент»**

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, всего, часов	16	12	
в том числе:			
1.1. Лекции	16	12	
1.2. Лабораторные работы	-	-	
1.3. Практические (семинарские) занятия	-	-	
2. Самостоятельная работа, часов	92	96	
Всего часов (стр. 1 + стр. 2)	108	108	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	3	3	

**Формы промежуточной аттестации: зачет.**

Перечень изучаемых тем (основных):

1. Эволюция содержания и форм маркетинга
2. Рынок как объект маркетинга
3. Требования рынка труда к профессиональным обязанностям маркетолога
4. Должностная инструкция маркетолога
5. Обучение маркетингу в Вузе

**Список имеющихся в библиотеке университета изданий основной учебной литературы по дисциплине «Введение в маркетинг» по состоянию на 30 июня 2016 г.**

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Годин А. М. - 11-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К, 2014. - 656 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56247#authors">https://e.lanbook.com/book/56247#authors</a>	ЭБС «Лань»
2	Ковалева, И. В. Маркетинг : учебно-методическое пособие / И. В. Ковалева, Е. В. Краснов, Ю. В. Хренова ; АГАУ. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2012. - 110 с.	33
3	Кореннов, С. А. Управление маркетингом : учебное пособие / С. А. Кореннов, Ю. В. Хренова. - Барнаул : Изд-во АГАУ, 2012 - Ч. 1 : Маркетинг как интегрирующая функция принятия управленческих решений : учебное пособие. - 2012. - 56 с.	20
4	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / ред.: Ю. В. Морозов, В. Т. Гришина. - 9-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К", 2013. - 448 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56242#authors">https://e.lanbook.com/book/56242#authors</a>	ЭБС «Лань»
5	Маркетинг : учебное пособие для вузов / ред. Е. В. Закшевская. - М. : КолосС, 2012. - 247 с.	35
6	Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. - 8-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К", 2013. - 148 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56262#authors">https://e.lanbook.com/book/56262#authors</a>	ЭБС «Лань»
7	Романов, А. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2012. - 440 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/3565#authors">https://e.lanbook.com/book/3565#authors</a>	ЭБС «Лань»
8	Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2013. - 552 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/5630#authors">https://e.lanbook.com/book/5630#authors</a>	ЭБС «Лань»

**Список имеющихся в библиотеке университета изданий дополнительной учебной литературы по дисциплине «Введение в маркетинг» по состоянию на 30 июня 2016 г.**

№ п/п	Библиографическое описание издания	Примечание
1	Ковалева, И. В. Международный маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов очной и заочной форм обучения экономических направлений, квалификации бакалавр и магистр / И. В. Ковалева. - Барнаул : АГАУ, 2013. - 128 с.	40
2	Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2013. - 296 с. - (Учебные издания для бакалавров). - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56250#authors">https://e.lanbook.com/book/56250#authors</a>	ЭБС «Лань»
3	Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2014. - 252 с. - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/44072#authors">https://e.lanbook.com/book/44072#authors</a>	ЭБС «Лань»
4	Синяева, И. М. Маркетинг торговли [Электронный ресурс] : учеб	ЭБС «Лань»

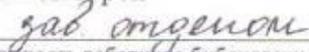
ник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 4-е изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл). - М. : Дашков и К', 2014. - 752 с. - (Основы наук). - Загл. с титул. экрана. Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/book/56245#authors">https://e.lanbook.com/book/56245#authors</a>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Составитель:

к.э.н., старший преподаватель

 Д.В. Рожкова

Список верен

  
Должность работника библиотеки



  
И.О. Фамилия