

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1165436	Профессиональный курс 7

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
<b>Образовательная программа</b> 1. Демографическая политика региона и социальная аналитика	<b>Код ОП</b> 1. 39.04.01/33.04
<b>Направление подготовки</b> 1. Социология	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 39.04.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Шмарова Ирина Викторовна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Профессиональный курс 7**

### 1.1. Аннотация содержания модуля

Изучение курса направлено на формирование профессиональных компетенций, необходимых для применения современной прикладной социологии и проведения исследований, фокусирующихся на понимании поведения, желаний и предпочтения разных демографических групп, выявление их специфических социальных потребностей для выстраивания системы управленческих решений и стратегий в области демографии. Дисциплина дает представление об основах маркетинговой деятельности и возможностях их встраивания в социальную среду. Полученные навыки позволяют на практике найти «точки соприкосновения» маркетинга и социальной сферы и успешно реализовать полученные умения на практике в соответствующей профессиональной среде.

### 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Профессиональный курс 7	3
ИТОГО по модулю:		3

### 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

### 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Профессиональный курс 7	ПК-7 - Способен разрабатывать и организовывать реализацию социально-демографических маркетинговых программ с	З-1 - Знать теории и парадигмы в области маркетинговых составляющих, необходимых для создания и успешной реализации социально-демографических программ, разработки и выведения на рынок социально-ориентированных товаров

	использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>(услуг), нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации</p> <p>З-2 - Знать инструменты бренд-менеджмента, маркетинговых коммуникаций</p> <p>У-3 - Уметь разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования, продвижения, распределения социально-ориентированных товаров (услуг)</p> <p>П-1 - Владеть навыками использования инструментов комплекса маркетинга для реализации социально-демографических маркетинговых программ</p> <p>П-2 - Владеть навыками разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей социально ориентированных товаров и услуг</p>
--	--	---

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Профессиональный курс 7**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Шмарова Ирина Викторовна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	экономики и управления на металлургических и машиностроитель ных предприятиях

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Шмарова Ирина Викторовна, Доцент, экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение в дисциплину. Определение основных понятий	Основные определения маркетинга как экономической категории. Принципы маркетинга. Качественные и количественные цели. Основные задачи маркетинга. Основные функции маркетинга. Реализация функций маркетинга. Концепции маркетинга. Основные концепции маркетинга и их содержание. Основное отличие концепции маркетинга от других концепций.
P2	Анализ маркетинговой среды. Поведение потребителей. Сегментация рынка.	Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Поставщики, посредники, клиенты, конкуренты, контактные аудитории Основные факторы макросреды. Демографическая среда. Природная среда. Экономическая среда. Культурная среда. Политическая среда. Научно-техническая среда.  Модель потребительского поведения. Факторы, влияющие на поведение покупателей на потребительском рынке. Процесс принятия решения о покупке на потребительском рынке. Рынок предприятия и организации и поведение на нем потребителей.  Сегментация рынка: понятие, критерии сегментирования. Требования, предъявляемые к сегментам рынка. Выбор целевых сегментов рынка.

<b>Р3</b>	Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.	Три уровня товара в маркетинге. Классификация товара. Жизненный цикл товара. Ассортиментная группа и номенклатура.
<b>Р4</b>	Организация распределения товаров на рынке	Каналы распределения: определение, уровни. Оптовая и розничная торговля. Оптимизация каналов распределения. Организация каналов распределения и доставки товаров.
<b>Р5</b>	Продвижение товаров на рынке	Маркетинговые коммуникации. Реклама. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Формирование общественного мнения. Выбор средств стимулирования сбыта и разработка программы стимулирования сбыта.
<b>Р6</b>	Политика ценообразования.	Цена и ценообразующие факторы. Принципы установления цен. Методы расчета цен в маркетинге. Стратегии ценообразования.

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Профессиональный курс 7

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Шевченко, Д. А.; Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник.; Директ-Медиа, Москва; 2022; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686477> (Электронное издание)
2. ; Основы международного менеджмента и маркетинга : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615680> (Электронное издание)
3. Кадацкая, , Д. В.; Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие.; Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, Белгород; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/110192.html> (Электронное издание)
4. Шульц, Э. Э.; Основы маркетинга : учебник.; Проспект, Москва; 2022; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696758> (Электронное издание)
5. Дурович, А. П.; Основы маркетинга : учебное пособие.; РИПО, Минск; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697378> (Электронное издание)
6. Кожухова, , А. Н.; Конспект лекций по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» : учебное пособие.; Брянский государственный аграрный университет, Брянск; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/107903.html> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Багиев, Г. Л.; Основы современного маркетинга : Учебно-наглядное пособие.; Изд-во СПбУЭФ, Санкт-Петербург; 1995 (1 экз.)

2. Котерова, Н. П.; Основы маркетинга : учеб. пособие для образоват. учреждений нач. проф. образования.; Академия, Москва; 2004 (1 экз.)
3. Котлер, Ф., Бобров, В. Б., Пенькова, Е. М.; Основы маркетинга; Прогресс, Москва; 1992 (4 экз.)

#### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
3. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

#### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru) – Федеральный образовательный портал Экономика. Социология. Менеджмент
2. <http://mirknig.com> – сайт «Мир книг»
3. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - справочно-правовая система – Консультант Плюс
4. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - информационно-правовое обеспечение – Гарант
5. <http://study.ustu.ru> –портал информационно-образовательных ресурсов УрФУ
6. <http://librarybseuby.ucoz.ru> информационный сайт Библиотечка экономиста
7. <http://lib.urfu.ru> – информационный сайт Зональной библиотеки УрФУ
8. Крупнейшая российская консалтинговая организация - <https://www.lanit.ru/>
9. Консалтинговая компания - <https://sber-solutions.ru/>
10. Коммуникационный холдинг «Минченко консалтинг» - <https://minchenko.ru/>

### **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Профессиональный курс 7**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
-------	--------------	---	---



1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в</p>	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)

		соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	
--	--	--	--