

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГМТУ»)
Технологический факультет
Кафедра технологии продуктов питания**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг в рыбной отрасли**

Уровень основной профессиональной образовательной программы – бакалавриат
Направление подготовки – 19.03.03 Продукты питания животного происхождения
Направленность (профиль) – Технология рыбы и рыбных продуктов
Учебный план 2016 года разработки

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная											Заочная														
Курс	Семестр	Всего часов / зач. единиц	Всего аудиторных часов	Лекции, часов	Лабораторные занятия, часов	Практические занятия, часов	Семинары, часов	Самостоятельная работа, часов	КП (КР), часов	РГР, часов	Консультации, часов	Семестровый контроль, часов (вид)	Курс	Семестр	Всего часов / зач. единиц	Всего аудиторных часов	Лекции, часов	Лабораторные занятия, часов	Практические занятия, часов	Семинары, часов	Самостоятельная работа, часов	КП (КР), часов	Контрольная работа, часов	Консультации, часов	Семестровый контроль, часов (вид)
4	7	72/2	32	16		16		36				4 (зач.)	5	9	72/2	12	6		6		38		18		4 (зач.)
Всего		72/2	32	16		16		36				4 (зач.)	Всего		72/2	12	6		6		38		18		4 (зач.)

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО – бакалавра по направлению подготовки 19.03.03 Продукты питания животного происхождения, учебного плана.

Программу разработала Н.А. Сушко, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и гуманитарных дисциплин ФГБОУ ВО «КГМТУ».

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и гуманитарных дисциплин ФГБОУ ВО «КГМТУ»

Протокол № 7 от 04.04.2023 г.

Рабочая программа рассмотрена на заседании выпускающей кафедры технологии продуктов питания ФГБОУ ВО «КГМТУ»

Протокол № 11 от 12.04.2023 г.

© ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет»

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины
ОПК-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	Знать: <ul style="list-style-type: none">- сущность и возникновение маркетинга;- основные концепции маркетинга;- процесс и принципы маркетинга. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- формировать принципы маркетинговой политики предприятия;- разрабатывать структуру маркетингового исследования. Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками поиска источников получения информации;- навыками обработки маркетинговой информации.
ПК-6. Способностью обрабатывать текущую производственную информацию, анализировать полученные данные и использовать их в управлении качеством продукции	Знать: <ul style="list-style-type: none">- элементы внешней и внутренней среды предприятия;- особенности изучения спроса и предложения. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- проводить анализ товарных рынков;- оценивать емкость рынка;- разрабатывать бренд компании. Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками управления качеством товара;- методами оценки качества товара.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучению дисциплины предшествует освоение программы дисциплины экономика предприятий рыбной промышленности.

Успешное освоение материала дисциплины в рамках установленных компетенций даст возможность обучающимся продолжить дальнейшее освоение образовательной программы приступить к выполнению выпускной квалификационной работы.

3 Объем дисциплины в зачетных единицах

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа.

4 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура дисциплины

Наименования разделов, тем	Общее количество часов	Очная форма									Заочная форма								
		Распределение часов по видам занятий									Распределение часов по видам занятий								
		Ауд.	ЛК	ЛЗ	ПЗ (сем)	СР	КП (КР)	РГР	Консультации	Контроль	Ауд.	ЛК	ЛЗ	ПЗ (сем)	СР	КП (КР)	Контрольная работа	Консультации	Контроль
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Раздел 1. Сущность и процесс маркетинга																			
Тема 1. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга	10	4	2		2	6						2	1		1	6		2	
Тема 2. Процесс, принципы и функции маркетинга	10	4	2		2	6						2	1		1	6		2	
Тема 3. Маркетинговая среда	10	4	2		2	6						2	1		1	6		2	
Раздел 2. Маркетинговые исследования																			
Тема 4. Маркетинговые исследования	10	4	2		2	6						2	1		1	4		4	
Тема 5. Исследование товарных рынков	14	8	4		4	6						2	1		1	8		4	
Тема 6. Товар в системе маркетинга	14	8	4		4	6						2	1		1	8		4	
Курсовой проект (работа)																			
Консультации																			
Контроль											4								4
Всего часов в семестре	72	32	16	-	16	36	-	-	-	4	12	6	-	6	38	-	18	-	4
Всего часов по дисциплине	72	32	16	-	16	36	-	-	-	4	12	6	-	6	38	-	18	-	4

4.2 Содержание лекций

№	Наименование темы	Количество часов по формам обучения	
		очная	заочная
Раздел 1. Сущность и процесс маркетинга			
Тема 1. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга			
1	1.1. Сущность и содержание маркетинга 1.2. Возникновение и становление маркетинга 1.3. Концепция маркетинга 1.4. Типы и виды маркетинга	2	1
Тема 2. Процесс, принципы и функции маркетинга			
2	2.1. Процесс маркетинга 2.2. Принципы маркетинга 2.3. Функции маркетинга 2.4. Маркетинг – менеджмент	2	1
Тема 3. Маркетинговая среда			
3	3.1. Микросреда фирмы 3.2. Макросреда фирмы	2	1
Раздел 2. Маркетинговые исследования			

Тема 4. Маркетинговые исследования			
4	4.1. Сущность, цели и задачи маркетингового исследования 4.2. Процесс маркетингового исследования 4.3. Виды маркетинговых исследований 4.4. Структура маркетинговых исследований 4.5. Источники, методы получения и обработки информации 4.6. Бэнчмаркинг	2	1
Тема 5. Исследование товарных рынков			
5-6	5.1. Изучение спроса и предложения 5.2. Анализ товарных рынков 5.3. Емкость рынка 5.4. Конъюнктура рынка	4	1
Тема 6. Товар в системе маркетинга			
7-8	6.1. Товар. Классификация товаров 6.2. Торговая марка 6.3. Бренд 6.4. Упаковка и маркировка товара 6.5. Жизненный цикл товара 6.6. Качество товара и методы его оценки	4	1
Всего часов		16	6

4.3 Темы лабораторных занятий

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.4 Темы практических занятий

№	Наименование темы	Количество часов по формам обучения	
		очная	заочная
Раздел 1. Сущность и процесс маркетинга			
Тема 1. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга			
1	1.1. Сущность и содержание маркетинга 1.2. Возникновение и становление маркетинга 1.3. Концепция маркетинга 1.4. Типы и виды маркетинга	2	1
Тема 2. Процесс, принципы и функции маркетинга			
2	2.1. Процесс маркетинга 2.2. Принципы маркетинга 2.3. Функции маркетинга 2.4. Маркетинг – менеджмент	2	1
Тема 3. Маркетинговая среда			
3	3.1. Микросреда фирмы 3.2. Макросреда фирмы	2	1
Раздел 2. Маркетинговые исследования			
Тема 4. Маркетинговые исследования			
4	4.1. Сущность, цели и задачи маркетингового исследования 4.2. Процесс маркетингового исследования 4.3. Виды маркетинговых исследований 4.4. Структура маркетинговых исследований 4.5. Источники, методы получения и обработки информации 4.6. Бэнчмаркинг	2	1
Тема 5. Исследование товарных рынков			
5-6	5.1. Изучение спроса и предложения 5.2. Анализ товарных рынков 5.3. Емкость рынка 5.4. Конъюнктура рынка	4	1
Тема 6. Товар в системе маркетинга			
7-8	6.1. Товар. Классификация товаров 6.2. Торговая марка 6.3. Бренд	4	1

	6.4. Упаковка и маркировка товара 6.5. Жизненный цикл товара 6.6. Качество товара и методы его оценки		
Всего часов		16	6

4.5 Темы семинарских занятий

Семинарские занятия не предусмотрены учебным планом.

5 Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы	Трудоемкость самостоятельной работы, час.		Содержание работы
	очная	заочная	
Тема 1. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга	6	6	Освоение материалов лекций, углубление знаний, выполнение рефератов
Тема 2. Процесс, принципы и функции маркетинга	6	6	Освоение материалов лекций, углубление знаний, выполнение рефератов
Тема 3. Маркетинговая среда	6	6	Освоение материалов лекций, углубление знаний, выполнение рефератов
Тема 4. Маркетинговые исследования	6	4	Освоение материалов лекций, углубление знаний, выполнение рефератов
Тема 5. Исследование товарных рынков	6	8	Освоение материалов лекций, углубление знаний, выполнение рефератов
Тема 6. Товар в системе маркетинга	6	8	Освоение материалов лекций, углубление знаний, выполнение рефератов
Всего часов	36	38	

6 Тематика курсового проектирования (курсовой работы)

Курсовое проектирование не предусмотрено учебным планом.

7 Методы обучения

Основными формами изучения дисциплины являются: чтение лекций, проведение семинарских занятий, самостоятельная работа студентов.

Основным методом изучения дисциплины являются лекции, которые проводятся в лекционных аудиториях с использованием наглядных пособий и интерактивных средств. На лекциях используется мультимедийное презентационное оборудование для демонстрации иллюстративного материала, таблиц и схем, основных тезисов и выводов по теме. Целесообразно по каждой теме составить список терминов и понятий и перечень контрольных вопросов, которые выносятся на самостоятельное изучение студентов. В ходе лекций проводится экспресс-тестирование студентов по материалам раздела.

Практические занятия ориентированы на закрепление теоретических знаний по дисциплине.

Обязательным условием аттестации студента является выполнение всех предусмотренных программой практических работ.

Самостоятельная работа студентов является важным компонентом их профессиональной подготовки и включает в себя:

- подготовку к аудиторным занятиям: подбор источников и литературы для выступления с докладами и участия в дискуссиях по проблемам дисциплины;
- написание рефератов;
- подготовку к промежуточной аттестации.

8 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Приведен в обязательном приложении к рабочей программе.

9 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Наименование	Количество экземпляров в библиотеке ФГБОУ ВО «КГМТУ»
основная	
1.Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова, [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03123-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511294	
2.Сушко, Н. А. Маркетинг в рыбной отрасли : курс лекций для студентов направления подгот. 19.03.03 Продукты питания животного происхождения оч. и заоч. форм обучения / сост. Н. А. Сушко ; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования “Керч. гос. мор. технолог. ун-т”, каф. экономики и гуманитарных дисциплин. — 2022. — 109 с. — Текст : электронный // Электронная библиотека ФГБОУ ВО «КГМТУ». — URL: https://lib.kgmtu.ru/?cat=1516	
дополнительная	
3.Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва, [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16502-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531181 .	

10 Состав современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Наименование информационного ресурса	Ссылка на информационный ресурс
Электронная библиотека ФГБОУ ВО «КГМТУ»	http://lib.kgmtu.ru/
Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru
База статистических данных по развитию физической культуры и спорта в РФ	https://www.minsport.gov.ru/sport/physicalculture/statisticheskaya-inf/
Образовательная платформа Юрайт.	https://urait.ru/
База данных Научной электронной библиотеки	http://elibrary.ru/

11 Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование программного продукта	Назначение (базы и банки данных, тестирующие программы, практикум, деловые игры и т.д.)	Тип продукта (полная лицензионная версия, учебная версия, демоверсия и т.п.)
Операционная система (Microsoft Windows 10 Pro или Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN 1 License No Level или Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN 1 License No Level)	Комплекс системных и управляющих программ	Лицензионное программное обеспечение
Офисный пакет (Microsoft Office Pro Plus 2016 или Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN 1 License No Level или Microsoft Office Professional Plus 2007)	Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций	Лицензионное программное обеспечение

Russian Academic OPEN 1 License No Level)		
Офисный пакет LibreOffice	Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций	Свободно-распространяемое программное обеспечение

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Специализированная аудитория 401, оснащенная доской, мультимедийным проектором

13 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям

Лекции являются основным видом учебных занятий в высшем учебном заведении. В ходе лекционного курса проводится изложение современных научных взглядов и освещение основных проблем изучаемой области знаний. Значительную часть теоретических знаний студент должен получать самостоятельно из рекомендованных основных и дополнительных информационных источников (учебников, Интернет-ресурсов, электронной образовательной среды университета). В тетради для конспектов лекций должны быть поля, где по ходу конспектирования делаются необходимые пометки. В конспектах рекомендуется применять сокращения слов, что ускоряет запись. Вопросы, возникшие в ходе лекций, рекомендуется делать на полях и после окончания лекции обратиться за разъяснениями к преподавателю. После окончания лекции рекомендуется перечитать записи, внести поправки и дополнения на полях. Конспекты лекций рекомендуется использовать при подготовке к практическим занятиям, зачету, контрольным тестам, при выполнении самостоятельных заданий.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Для подготовки к практическим занятиям необходимо заранее ознакомиться с перечнем вопросов, которые будут рассмотрены на занятии, рекомендуемой основной и дополнительной литературы, содержанием рекомендованных Интернет-ресурсов. Необходимо прочитать соответствующие разделы из литературы, рекомендованной преподавателем, выделить основные понятия и процессы, их закономерности и взаимные связи. При подготовке к занятию не нужно заучивать учебный материал. На практических занятиях нужно выяснять у преподавателя ответы на интересующие или затруднительные вопросы, высказывать и аргументировать свое мнение.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа включает изучение учебной литературы, поиск информации в сети Интернет, подготовку к практическим занятиям, зачету.