

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения  
Императора Александра I»  
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
дисциплины  
**Б1.О.15 «МАРКЕТИНГ»**

для направления подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»

по профилям  
«Бизнес – менеджмент»  
«Маркетинг в цифровой среде»  
«Управление человеческими ресурсами»  
«Логистика»  
Форма обучения – очная

«Бизнес – менеджмент»  
«Логистика»  
Форма обучения – очно-заочная

Санкт-Петербург  
2025

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»  
Протокол № 5.2 от 14 января 2025 г.

И.о. зав. кафедрой  
«Менеджмент и маркетинг»  
14 января 2025 г.



E.M. Eriov

### СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО  
«Бизнес-менеджмент»  
«Маркетинг в цифровой среде»  
«Управление человеческими ресурсами»  
14 января 2025 г.



E.M. Eriov

Руководитель ОПОП ВО  
«Логистика»  
14 января 2025 г.



A.B. Novichikhin

## 1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «МАРКЕТИНГ» (Б1.О.15) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ утвержденного 12.08.2020 г., приказ Минобрнауки России № 970

Целью дисциплины является изучение основных инструментов маркетинга на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений деятельности предприятия.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

изучение теоретической части,

изучение методики анализа и оценки новых рыночных возможностей и развития новых направлений деятельности на основе использования инструментов маркетинга,

приобретение умений и овладение методами и методиками в части осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управлеченческих задач с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управлеченческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	<p><i>Обучающийся знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– основные современные инструменты и методы сбора, обработки, анализа маркетинговых данных, с использованием ИИАС, необходимых для решения поставленных управлеченческих задач</li><li>– направления и этапы проведения маркетинговых исследований</li></ul>
ОПК-2.1.1 <i>Знает способы осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управлеченческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</i>	<p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговых данных, необходимых для решения поставленных управлеченческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</li></ul>
ОПК-2.2.1 <i>Умеет осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управлеченческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</i>	

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p><b>ОПК-2.3.1</b> Имеет навыки сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p>	<p><i>Обучающийся имеет навыки</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сбора, обработки и анализа маркетинговых данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</li> </ul>
<p><b>ОПК-4.</b> Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>	
<p><b>ОПК-4.1.1</b> Знает способы выявления и оценивания новых рыночных возможностей</p>	<p><i>Обучающийся знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способы выявления и оценивания новых рыночных возможностей</li> <li>– роль и функции маркетинга в современной экономике</li> <li>– понятие маркетинговой среды фирмы</li> <li>– методы и методики исследования и анализа рынка</li> <li>– методы и методики использования основных инструментов маркетинга: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ товар</li> <li>○ товародвижение</li> <li>○ продвижение</li> <li>○ ценообразование</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>ОПК-4.2.1</b> Умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности</p>	<p><i>Обучающийся умеет</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять и оценивать новые рыночные возможности</li> <li>– применять методики исследования и анализа рынка</li> <li>– методики использования основных инструментов маркетинга: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ товар</li> <li>○ товародвижение</li> <li>○ продвижение</li> <li>○ ценообразование</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>ОПК-4.3.1</b> Владеет способами выявления и оценки новых рыночных возможностей.</p>	<p><i>Обучающийся владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способами выявления и оценки новых рыночных возможностей.</li> <li>– методиками исследования и анализа рынка</li> <li>– методиками использования основных инструментов маркетинга: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ товар</li> <li>○ товародвижение</li> <li>○ продвижение</li> <li>○ ценообразование</li> </ul> </li> </ul>

### 3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)».

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	80
В том числе:	
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	48
– лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	64
Контроль	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э, КР
Общая трудоемкость: час / з.е.	180/5

Для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	48
В том числе:	
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	16
– лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	96
Контроль	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э, КР
Общая трудоемкость: час / з.е.	180/5

Примечание: «Форма контроля» – экзамен (Э), курсовая работа (КР)

### 5. Структура и содержание дисциплины

#### 5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

Для очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	Лекция 1. Роль и функции маркетинга в современной экономике.	ОПК-4.1.1
		Лекция 2. Маркетинговая среда фирмы.	ОПК-4.1.1
		Практическое занятие 1 Роль и функции маркетинга в современной экономике. Обсуждение примеров использования маркетинга отечественными и зарубежными фирмами.	ОПК-4.1.1
		Практическое занятие 2-3 Маркетинговая среда фирмы.	ОПК-4.1.1
		Самостоятельная работа.	ОПК-4.1.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п.1 «Маркетинговая среда фирмы»)	
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	<b>Лекция 3.</b> Направления и этапы маркетинговых исследований	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		<b>Лекция 4-7.</b> Основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа маркетинговых данных (8 часов)	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		<b>Практическое занятие 4</b> Направления и этапы маркетинговых исследований. Вторичная и первичная информация.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		<b>Практическое занятие 5-7</b> Количественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		<b>Практическое занятие 8-10</b> Качественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных.	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	<b>Самостоятельная работа.</b> Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 2 «Сбор, обработка и анализ маркетинговой информации»)	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		<b>Лекция 8-11.</b> Товар в маркетинге (8 часов)	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<b>Лекция 12.</b> Товародвижение в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<b>Лекция 13.</b> Продвижение в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<b>Лекция 14.</b> Ценообразование в маркетинге	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<b>Практическое занятие 11-16</b> Исследование товара в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<b>Практическое занятие 17-18</b> Исследование товародвижения в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<b>Практическое занятие 19-20</b> Исследование продвижения в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<b>Практическое занятие 21</b> Исследование цены в маркетинге	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		<p><b>Самостоятельная работа.</b> Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 3 «Использование основных инструментов маркетинга»)</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	<p><b>Лекция 15-16 (4 часа)</b> Методы и методики выявления и оценки новых рыночных возможностей</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Практическое занятие 22-24</b> Использование методов и методик выявления и оценки новых рыночных возможностей</p>	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Самостоятельная работа.</b> Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы. (п. 4 «Выявление и оценивание новых рыночных возможностей»)</p>	ОПК-4.1.1

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	<p><b>Лекция 1.</b> Роль и функции маркетинга в современной экономике.</p> <p><b>Лекция 2.</b> Маркетинговая среда фирмы.</p> <p><b>Практическое занятие 1</b> Роль и функции маркетинга в современной экономике. Обсуждение примеров использования маркетинга отечественными и зарубежными фирмами.</p> <p>Маркетинговая среда фирмы.</p> <p><b>Самостоятельная работа.</b> Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п.1 «Маркетинговая среда фирмы»)</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.1.1 ОПК-4.1.1 ОПК-4.1.1 ОПК-4.1.1
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	<p><b>Лекция 3.</b> Направления и этапы маркетинговых исследований</p> <p><b>Лекция 4-7.</b> Основные инструменты и методы сбора, обработки и анализа маркетинговых данных (8 часов)</p> <p><b>Практическое занятие 2</b> Направления и этапы маркетинговых исследований. Вторичная и первичная информация.</p>	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1 ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1 ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	<p><b>Практическое занятие 3</b> Количественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных. Качественные методы маркетинговых исследований. Сбор, обработка и анализ данных.</p>	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		<p><b>Самостоятельная работа.</b> Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 2 «Сбор, обработка и анализ маркетинговой информации»)</p>	ОПК-2.1.1 ОПК-2.2.1 ОПК-2.3.1
		<p><b>Лекция 8-11.</b> Товар в маркетинге (8 часов)</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Лекция 12.</b> Товародвижение в маркетинге</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Лекция 13.</b> Продвижение в маркетинге</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Лекция 14.</b> Ценообразование в маркетинге</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Практическое занятие 4</b> Исследование товара в маркетинге</p>	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Практическое занятие 5</b> Исследование товародвижения в маркетинге</p>	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Практическое занятие 6</b> Исследование продвижения в маркетинге</p>	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Практическое занятие 7</b> Исследование цены в маркетинге</p>	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Самостоятельная работа.</b> Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2) Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы (п. 3 «Использование основных инструментов маркетинга»)</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	<p><b>Лекция 15-16 (4 часа)</b> Методы и методики выявления и оценки новых рыночных возможностей</p>	ОПК-4.1.1 ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Практическое занятие 8</b> Использование методов и методик выявления и оценки новых рыночных возможностей</p>	ОПК-4.2.1 ОПК-4.3.1
		<p><b>Самостоятельная работа.</b> Проработка лекционного материала (конспект лекций, издания п. 8.5.1, 8.5.2)</p>	ОПК-4.1.1

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Подготовка к практическим занятиям семинарского типа. Подготовка к текущей аттестации. Написание курсовой работы. (п. 4 «Выявление и оценивание новых рыночных возможностей»)	

## 5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	4	6	-	10	20
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	10	14	-	24	48
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	14	22	-	22	58
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	4	6	-	8	18
<b>Итого</b>		32	48	-	64	144
<b>Контроль</b>						36
<b>Всего</b> (общая трудоемкость, час.)						180

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.	4	2	-	14	20
2	Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации	10	4	-	34	48
3	Методы и методики использования основных инструментов маркетинга	14	8	-	36	58
4	Выявление и оценка новых рыночных возможностей	4	2	-	12	18
<b>Итого</b>		32	16	-	96	144
<b>Контроль</b>						36
<b>Всего</b> (общая трудоемкость, час.)						180

## 6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине являются неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

## 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

## **8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине**

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- MS Office;
- Операционная система Windows;
- Антивирус Касперский;
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ».

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

- Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте [library.pgups.ru](http://library.pgups.ru)

- Электронно-библиотечная система [ibooks.ru](http://ibooks.ru) («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте [library.pgups.ru](http://library.pgups.ru)

- Образовательная платформа ЮРАЙТ. – URL: <https://urait.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте [library.pgups.ru](http://library.pgups.ru)

- Электронно-библиотечная система Консультант студента URL: <https://www.studentlibrary.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте [library.pgups.ru](http://library.pgups.ru)

- Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> — Режим доступа: свободный.

- Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» – URL: <http://cyberleninka.ru/> — Режим доступа: свободный.

- Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

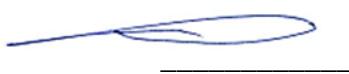
- Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.5. Перечень печатных и электронных изданий, используемых в образовательном процессе:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 14-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 800 с. – URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124> — Режим

- доступа: для авториз. пользователей.
2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450620>.
- 8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:
- Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: my.pgups.ru — Режим доступа: для авториз. пользователей;
  - Электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sdo.pgups.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей;
  - Научная электронная библиотека eLIBRARY - Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный.

Разработчик рабочей программы,  
доцент  
14 января 2025 г.



E.M. Ериов

Разработчик рабочей программы,  
ст. преподаватель  
14 января 2025 г.



N.E. Коклева