

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНГУШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе и КО  
\_\_\_\_\_ С.А.Льянова  
« 29 » \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2023г

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.06 Социальный маркетинг

Направление подготовки (*бакалавриат*)

38.03.04. Государственное и муниципальное управление

Направленность (*профиль подготовки*)

«Государственная и муниципальная служба»

Квалификация выпускника – *бакалавр*

Форма обучения \_\_\_\_\_  
*(очная, заочная, очно-заочная)*

Магас, 2023

## 1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Социальный маркетинг» является обеспечение теоретической подготовки и практических навыков в области маркетинга, как одной из функций управления предприятием на основе моделирования рыночных процессов с применением современных информационных технологий и компьютерной техники. Знания в области маркетинга позволяют фирмам правильно ориентироваться в экономике, глубже понимать своего потребителя, а также деловых партнеров. Маркетинговый подход становится философией бизнеса, залогом успеха на рынке

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социальный маркетинг» относится к дисциплинам базовой части Б.В.06 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 4-й семестр.

Дисциплина «Социальный маркетинг» находясь в ряду экономических, управленческих и финансовых дисциплин, использующих маркетинговые принципы образует теоретический и методический фундамент для формирования у студентов управленческого мышления, основанного на понимании сущности рыночных механизмов деятельности в различных сферах экономики.

В совокупности с другими дисциплинами базовой части профессионального цикла ФГОС ВО дисциплина «Социальный маркетинг» обеспечивает инструментарий формирования универсальных компетенций по направлению 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

## 3. Результаты освоения дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.И-1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи	УК-1.И-1.3-1. Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода УК-1.И-1.У-1. Умеет анализировать задачу, используя основы критического анализа и системного подхода УК-1.И-1.У-2. Умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации
		УК-1.И-	УК-1.И-2.3-1. Знает

		<p>2.Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации</p> <p>УК-1.И-3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>критерии сопоставления различных вариантов решения поставленной задачи УК-1.И-2.У-1. Умеет осуществлять критический анализ собранной информации на соответствие ее условиям и критериям решения поставленной задачи УК-1.И-2.У-2. Умеет отличать факты от мнений, интерпретаций и оценок при анализе собранной информации УК-1.И-2.У-3. Умеет сопоставлять и оценивать различные варианты решения поставленной задачи, определяя их достоинства и недостатки</p> <p>УК-1.И-3.3-1. Знает принципы, критерии, правила построения суждения и оценок УК-1.И-3.У-1. Умеет формировать собственные суждения и оценки, грамотно и логично аргументируя свою точку зрения УК-1.И-3.У-2. Умеет применять теоретические знания в решении практических задач</p>
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.И-1. Способен определять базовые принципы постановки задач и выработки решений	<p>УК-2.И-1.3-1. Знает основные принципы и концепции в области целеполагания и принятия решений УК-2.И-1.3-2. Знает методы генерирования альтернатив решений и приведения их к сопоставимому виду для выбора оптимального решения УК-2.И-1.3-3. Знает природу данных, необходимых для решения поставленных задач УК-2.И-1.У-1. Умеет системно анализировать поставленные цели, формулировать задачи и предлагать обоснованные решения УК-2.И-1.У-2. Умеет критически оценивать информацию о предметной области принятия решений</p>

		<p><b>УК-2.И-2.</b> Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p><b>УК-2.И-1.У-3.</b> Умеет использовать инструментальные средства для разработки и принятия решений</p> <p><b>УК-2.И-2.3-1.</b> Знает основные методы принятия решений, в том числе в условиях риска и неопределенности</p> <p><b>УК-2.И-2.3-2.</b> Знает виды и источники возникновения рисков принятия решений, методы управления ими</p> <p><b>УК-2.И-2.3-3.</b> Знает основные нормативно-правовые документы, регламентирующие процесс принятия решений в конкретной предметной области</p> <p><b>УК-2.И-2.У-1.</b> Умеет проводить многофакторный анализ элементов предметной области для выявления ограничений при принятии решений</p> <p><b>УК-2.И-2.У-2.</b> Умеет разрабатывать и оценивать альтернативные решения с учетом рисков</p> <p><b>УК-2.И-2.У-3.</b> Умеет выбирать оптимальные решения исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов</p>
--	--	---	--

#### 4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

##### 4.1. Структура дисциплины (модуля)

Виды учебных занятий	Трудовое время		
	зач. ед.	час.	в семестре
			4
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
<b>ОБЩАЯ трудовое время по учебному плану</b>	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактные часы</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>56</b>
Лекции (Л)	0	34	34
Семинары (С)	0	0	0

Виды учебных занятий	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			4
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>
Практические занятия (ПЗ)	0	18	18
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	0
Групповые консультации (ГК) и (или) индивидуальная работа с обучающимся (ИР), предусмотренные учебным планом подготовки	0	0	0
<b>Промежуточная аттестация: зачет</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>зачет</b>
<b>Самостоятельная работа (СР)</b> в том числе по курсовой работе (проекту)	<b>0</b>	<b>56</b>	<b>56</b>

Таблица 4.1 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов					
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)				СР
			Л	С	ПЗ	ГК/ИК	
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>	<i>гр.6</i>	<i>гр.7</i>	<i>гр.8</i>
Семестр № 7							
	<b><u>Модуль 1. Сущность, содержание и управление маркетинговой деятельностью</u></b>	15	4		2		8
	<b><u>Модуль 2. Аналитический инструментарий маркетинга</u></b>	15	6		4		8
	<b><u>Модуль 3. Товар и товарная политика в маркетинге</u></b>	15	6		4		8
	<b><u>Модуль 4. Цены и их функции в маркетинге</u></b>	15	6		2		8
	<b><u>Модуль 5. Формы продвижения</u></b>	15	4		2		

№	Наименование темы (раздела)	Количество часов				
		Всего	Контактные часы (аудиторная работа)			СР
	<i>товаров и услуг на рынок</i>					8
	<u><b>Модуль 6.</b></u>					
	<i>Структура и функционирование системы товародвижения в маркетинге</i>	15	4		2	0
	<u><b>Модуль 7.</b></u>					
	<i>Организация маркетинговой деятельности</i>	15	4		2	0
<b>Всего</b>		108	34	0	18	0
<i>Промежуточная аттестация (зачет)</i>						
<b>ИТОГО</b>		108	52			56

#### 4.2. Содержание дисциплины « Социальный маркетинг»

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
1.	<b>Сущность, содержание и управление маркетинговой деятельностью</b>	Основные понятия маркетинга Маркетинговая среда организации Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Процесс управления маркетингом.
2.	<b>Аналитический инструментарий маркетинга</b>	Маркетинговые исследования. Система маркетинговых исследований. Критерии и методы сегментации рынка Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка. Общие положения. Примеры аналитического отчетов о состоянии рынка.

№	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>
3.	<b>Товар и товарная политика в маркетинге</b>	Товар и его коммерческие характеристики Оценка конкурентоспособности товара Марка и марочная политика. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий в маркетинге Позиционирование товара на рынке Управление ассортиментом.
4.	<b>Цены и их функции в маркетинге</b>	Виды цен и особенности их применения Методы расчета цен Ценовые стратегии Виды скидок и условия их применения.
5.	<b>Формы продвижения товаров и услуг на рынок</b>	Классификация методов и средств стимулирования реализации продукции. Формы краткосрочного стимулирования Виды и средства рекламы. Паблик рилейшнз товарная пропаганда Методы персональных продаж
6.	<b>Структура и функционирование системы товародвижения в маркетинге</b>	Торговые посредники и их квалификация. Дилеры и дистрибьюторы. Каналы распределения: уровни и типы организации Организация оптовой и розничной торговли Товародвижение
7	<b>Организация маркетинговой деятельности</b>	Подходы к организационному построению службы маркетинга Бюджет маркетинга. План маркетинга Маркетинговый контроль Области применения маркетинга Интернет-маркетинг Маркетинг услуг Маркетинг и общество Маркетинг в АПК.

## 5.Образовательные технологии

Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими

видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

лекции (занятия лекционного типа);

семинары, практические занятия (занятия семинарского типа);

групповые консультации;

индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся;

самостоятельная работа обучающихся;

занятия иных видов.

На учебных занятиях обучающиеся выполняют запланированные настоящей программой отдельные виды учебных работ. Учебное задание (работа) считается выполненным, если оно оценено преподавателем положительно.

В рамках самостоятельной работы обучающиеся осуществляют теоретическое изучение дисциплины с учётом лекционного материала, готовятся к практическим занятиям, выполняют домашнее задания, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

### **6.1. План самостоятельной работы студентов**

<b>№ раздела</b>	<b>Наименование раздела</b>	<b>Содержание средств контроля (вопросы самоконтроля)</b>	<b>Учебно-методическое обеспечение*</b>	<b>Трудоемкость</b>
<i>гр.1</i>	<i>гр.2</i>	<i>гр.3</i>	<i>гр.4</i>	<i>гр.5</i>
1.	<b>Сущность, содержание и управление маркетинговой деятельностью</b>	Подготовка к семинарским занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	[1-5] [1-5]	10
2.	<b>Аналитический инструментарий маркетинга</b>	Подготовка к семинарским занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	[1-5] [1-5]	12



3.	<b><i>Товар и товарная политика в маркетинге</i></b>	Подготовка к семинарским занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	[1-5] [1-5]	10
4.	<b><i>Цены и их функции в маркетинге</i></b>	Подготовка к семинарским занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	[1-5] [1-5]	12
5.	<b><i>Формы продвижения товаров и услуг на рынок</i></b>	Подготовка к семинарским занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	[1-5] [1-5]	10
6.	<b><i>Структура и функционирование системы товародвижения в маркетинге</i></b>	Подготовка к семинарским занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	[1-5] [1-5]	10
7	<b><i>Организация маркетинговой деятельности</i></b>	Подготовка к семинарским занятиям по вопросам, предложенным преподавателем Подготовка реферата Подготовка к вопросам промежуточной аттестации, связанных с темой	[1-5] [1-5]	12

Примечание: в скобках – порядковый номер учебной литературы по списку

## 6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать копилку знаний, умений и навыков, которую можно использовать как при прохождении практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

## 6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

### *Контроль освоения компетенций*

№ п/п	Контролируемые темы	Вид контроля	Компетенции, компоненты которых контролируются
1.	<b><i>Сущность, содержание и управление маркетинговой деятельностью</i></b>	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-1 УК-2
2.	<b><i>Аналитический и инструментальный маркетинг</i></b>	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-1 УК-2
3.	Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-1 УК-2

4.	<b><i>Товар и товарная политика в маркетинге</i></b>	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-1 УК-2
5.	<b><i>Формы продвижения товаров и услуг на рынок</i></b>	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-1 УК-2
6.	<b><i>Структура и функционирование системы товародвижения в маркетинге</i></b>	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-1 УК-2
7.	<b><i>Организация маркетинговой деятельности</i></b>	Реферат Тесты Вопросы для устного опроса на семинарских занятиях Контрольные вопросы Вопросы к промежуточной аттестации	УК-1 УК-2

Материалы для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации составляют отдельный документ – Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг»

## **7. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины «Маркетинг информационных продуктов»**

### **7.1. Учебная литература:**

1. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. —

- Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>
2. Нуралиев С.У. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2018. — 362 с. — 978-5-394-02115-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14064.html>
  3. Синяева И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2019. — 266 с. — 978-5-394-02393-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10937.html>
  4. Под общ.ред.Кондратенко Н.М. Маркетинг.Учебник-2-е изд.пер.идоп.- М.:Юрайт,2014.542с
  5. Григорьев М.Н. Маркетинг.Учебник-3 –е изд.,перераб. М.:Юрайт,2014.336с

## **7.2. Интернет-ресурсы**

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php>(– Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks[Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/> – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

## **7.3. Программное обеспечение**

При осуществлении образовательного процесса применяются информационные технологии, необходимые для подготовки презентационных материалов и материалов к занятиям (компьютеры с программным обеспечением для создания и показа презентаций, с доступом в сеть «Интернет», поисковые системы и справочные, профессиональные ресурсы в сети «Интернет»).

В вузе оборудованы помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

### **7.3.1. Перечень программного обеспечения**

Для подготовки презентаций и их демонстрации необходима программа Impress из свободного пакета офисных приложений OpenOffice (или иной аналог с коммерческой или свободной лицензией).

### **7.3.2. Перечень информационных справочных систем**

1. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] // Академик. – URL: <http://dic.academic.ru>.
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.

### **7.4. Материально-техническое обеспечение**

Материально-техническое обеспечение учебного процесса по дисциплине определено нормативными требованиями, регламентируемыми приказом Министерства образования и науки РФ № 986 от 4 октября 2010 г. «Об утверждении федеральных требований к образовательным учреждениям в части минимальной оснащенности учебного процесса и оборудования учебных помещений», Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки.

Для проведения всех видов учебных занятий по дисциплине и обеспечения интерактивных методов обучения, необходимы столы, стулья (на группу по количеству посадочных мест с возможностью расстановки для круглых столов, дискуссий, прочее); доска интерактивная с рабочим местом (мультимедийный проектор с экраном и рабочим местом); желателен доступ в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

В соответствии с требованиями ФГОС при реализации настоящей дисциплины ОПОП необходимо также учитывать образовательные потребности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивать условия для их эффективной реализации, а также возможности беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья к объектам инфраструктуры образовательного учреждения.

Рабочая программа дисциплины « Социальный маркетинг»составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВОпо направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Программу составил: Плиева Наталья Магометовна, к.э.н., доцент кафедры «ГМУ»

Программа одобрена на заседании кафедры «Государственное и муниципальное управление»

Протокол № 10 от «20» 06 2023 года

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Угурчиев О.Б.

Программа одобрена Учебно-методической комиссией факультета экономики и управления

протокол № 10 от «23» 06 2023 года

Программа рассмотрена на заседании Учебно-методического совета университета

протокол № 10 от «28» 06 2023г.