

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т.С. Мальцева»

Кафедра экономики и организации агробизнеса

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
М.А. Арсланова
«23» апреля 2020 г.



Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Направление подготовки – 08.03.01 Строительство

Направленность программы (профиль) – Промышленное и гражданское строительство

Квалификация – Бакалавр

Лесниково
2020

Разработчик (и):
к.с.-х. н., доцент

М.В. Карпова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры экономики и организации агробизнеса «19» марта 2020 г. (протокол №9)

Завкафедрой,
к.э.н, доцент

Л.В. Субботина

Одобрена на заседании методической комиссии факультета экономики и организации агробизнеса «19» марта 2020 г. (протокол № 2)

Председатель методической комиссии факультета

Старший преподаватель

И.А. Хименков

1 Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в строительстве» является формирование системного представления о современном маркетинге и применения знаний, навыков, умений в области маркетинга при реализации бизнес-идей.

В рамках освоения дисциплины «Маркетинг в строительстве» обучающиеся готовятся к решению следующих задач:

- сформировать целостное представление о маркетинге как науки и практической деятельности;
- сформировать способности, необходимые для организации маркетинговых исследований.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в строительстве» Б1.0.35 относится к обязательной части формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению 08.03.01 Строительство

Для успешного освоения дисциплины «Маркетинг в строительстве» обучающийся должен иметь базовую подготовку по дисциплинам «Экономика», «Философия» формирующих следующие компетенции ОПК-6, УК-5.

Результаты обучения по дисциплине необходимы для выполнения разделов выпускной квалификационной работы в части проектирования мероприятий по строительному бизнесу.

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Перечень планируемых результатов Обучения по дисциплине
ОПК-9. способен организовывать работу и управлять коллективом производственного подразделения организаций, осуществляющих деятельность в области строительства, жилищно-коммунального	ИД-1 _{ОПК-9} Определение потребности производственного подразделения в материально-технических и трудовых ресурсах, квалификационного состава работников производственного подразделения, составление документа для проведения базового инструктажа по охране труда, электробезопасности, пожарной безопасности и охране окружающей среды и контроль соблюдения требований охраны труда на	<i>Знать:</i> -теоретические и методологические основы маркетинга, отечественную и зарубежную практику маркетинговой деятельности как комплексного подхода к управлению производством и реализацией продукции с учётом рыночного спроса и требований потребителей; -основы построения, расчета и анализа современной системы

<p>хозяйства и /или строительной индустрии</p>	<p>производстве.</p>	<p>показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать и оценивать собственные возможности организации, состояние и изменение платежеспособного спроса потребителей, использовать нормативно – законодательную, справочную литературу; -осуществить поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками применения современных инструментов маркетинга для решения практических задач; -современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне.
--	----------------------	---

4 Структура и содержание дисциплины

Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	очная форма обучения	заочная форма обучения
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего	24	4
в т.ч. лекции	12	2
практические занятия (включая семинары)	12	2
Лабораторные занятия	-	-
Самостоятельная работа	30	64
Промежуточная аттестация (зачет)*	18/8 семестр	4/5 курс
Общая трудоемкость дисциплины	72/ 2	72/2

Содержание дисциплины

Наименование раздела дисциплины/укрупнённые темы раздела	Основные вопросы темы	Трудоёмкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час.								Коды формируемых компетенций
		очная форма обучения				заочная форма обучения				
		всего	лекция	ЛПЗ	СРС	всего	лекция	ЛПЗ	СРС	
		4 курс				5 курс				
1 Теоретические основы маркетинга		9	2	2	5	13	1	-	12	ОПК-9
1.1. Социально-экономическая сущность маркетинга в строительстве	1 Сущность, цели, объекты и виды маркетинга в строительстве		+		+		+	-	+	
	2 Содержание (функции) маркетинга на предприятии		+	+			+			
	3 Концепции маркетинга			+	+				+	
Форма контроля		устный опрос, тестирование, контрольное задание				тестирование, контрольное задание				
1.2. Организация маркетинговой деятельности на предприятии в строительстве		9	2	2	5	10,5	-	0,5	10	ОПК-9
	1 Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности		+							
	2 Организационные структуры служб маркетинга на предприятии в строительном бизнесе		+	+	+			+	+	
Форма контроля		устный опрос, тестирование, контрольное задание				тестирование, контрольное задание				
2 Система маркетинговых		9	2	2	5	10,5	-	0,5	10	

Наименование раздела дисциплины/укрупнённые темы раздела	Основные вопросы темы	Трудоёмкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час.								Коды формируемых компетенций
		очная форма обучения				заочная форма обучения				
		всего	лекция	ЛПЗ	СРС	всего	лекция	ЛПЗ	СРС	
исследований в строительстве 2.1. Система маркетинговых исследований										
	1 Система маркетинговой информации и ее функционирование на предприятии		+		+			+		
	2 Основные направления маркетинговых исследований									ОПК-9
	3 Порядок (содержание) маркетинговых исследований		+	+	+			+	+	
	4 План сбора первичных данных		+	+	+			+	+	
Форма контроля		устный опрос, тестирование, контрольное задание				тестирование, контрольное задание				
3. Рыночные возможности фирмы Исследование покупательского поведения		9	2	2	5	13	-	1	12	ОПК-9
	1 Понятие потребительского рынка		+	+	+			+	+	
	2 Модель поведения покупателя на рынке		+	+	+				+	
	3 Процесс принятия решения о покупке товара (услуги)		+	+	+				+	
Форма контроля		тестирование, контрольное задание				тестирование, контрольное задание				
3.2. Сегментирование товарных рынков и стратегия охвата рынка		9	2	2	5	11	1	-	10	

Наименование раздела дисциплины/укрупнённые темы раздела	Основные вопросы темы	Трудоёмкость раздела и её распределение по видам учебной работы, час.								Коды формируемых компетенций		
		очная форма обучения				заочная форма обучения						
		всего	лекция	ЛПЗ	СРС	всего	лекция	ЛПЗ	СРС			
	1 Понятие и основные принципы сегментирования рынка		+	+					+			
	2 Выбор целевых сегментов рынка		+	+	+				+	+	+	
	3. Стратегия охвата рынка и факторы, влияющие на выбор стратегии охвата рынка		+	+	+				+	+	+	
Форма контроля		тестирование, контрольное задание				тестирование, контрольное задание						
3.3. Товар и товарная политика предприятия		9	2	2	5	10	-	-	10			
	1 Понятие и сущность товара, его свойства и классификация		+	+		+						ОПК-9
	2 Понятие и структура товарной политики		+	+	+	+				+		
	3 Позиционирование товаров на рынке		+	+	+	+				+		
Форма контроля		тестирование, контрольное задание				тестирование, контрольное задание						
Промежуточная аттестация		зачет				зачет				ОПК-9		
Аудиторных и СРС		54	12	12	30	68	2	2	64			
Зачёт		18	-	-	18	4	-	-	4			
Всего		72	12	12	48	72	2	2	68			

5 Образовательные технологии

С целью обеспечения развития у обучающегося навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 08.03.01 Строительство реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в образовательной деятельности активных и интерактивных форм проведения занятий (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых Академией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Номер темы	Используемые в учебном процессе интерактивные и активные образовательные технологии						Всего
	лекции		практические (семинарские) занятия		лабораторные занятия		
	форма	часы	форма	часы	форма	часы	
1.1	лекция-	2	-	-	-	-	2
1.2	презентация с элементами дискуссии	2	-	-	-	-	2
2.1.	лекция-презентация	2	-	-	-	-	2
3.1.	лекция-презентация с элементами дискуссии	2	-	-	-	-	2
3.2.		2	-	-	-	-	2
3.3.		2	-	-	-	-	2
Итого в часах (% к общему количеству аудиторных часов)							20 45%

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

1. Акулич И.Л. Маркетинг: Учебник / Акулич И.Л. - Мн.: Высшая школа, 2014. - 543 с.: ISBN 978-985-06-2539-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/10103782>.
2. А.В. Пошатаев Маркетинг / А.В. Пошатаев [идр.]; ред. А.В. Пошатаев. - М.: Колос С, 2007. - 367 с.: ил УЧЛ-Рекомендовано Мин. образования, УЧЛ - Учебное пособие.

б) перечень дополнительной литературы:

3. Синяева И.М. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 384 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0183-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/216943>
4. Котлер Ф. Основы маркетинга : учебник/ Ф. Котлер . -М.: Ростинтэр, 1996. -704 с. УЧЛ – Учебник.

в) перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

5. Пасечник, Л.Г. Маркетинг в строительстве. Задания для практических занятий/ Л.Г. Пасечник. – Курган: Изд-во КГСХА, 2015. – 56с. (электронный вариант)
6. Пасечник Л.Г. Задания для самостоятельной работы студентов по маркетингу в строительстве. – Курган: Изд-во КГСХА, 2015.- 43 с.

г) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

7. <http://www.marketing.rbc.ru> – Справочная, методическая и аналитическая информация относящаяся к управлению компанией, инвестициями
8. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Библиотека (Электронная библиотека учебно-методической литературы для общего и профессионального образования).[Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/window/library>
8. Поиск электронных книг (поисковая машина электронных книг, свободно распространяемых в интернете).[Электронный ресурс]. RL: <http://www.poiskknig.ru/> .

д) перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Microsoft windows Professional 7 №46284930 от 18.12.2009; Microsoft windows XP Home Russian 672 лицензия №00049 от 2004. Microsoft office SD2003 лицензия №63320648 от 2014; Microsoft windows Professional 7 №46891279 от 12.05.2010. Microsoft office 2007 лицензия № 44414519 от 19.08.2008 Kaspersky Endpoint Security лицензия №1752-170320-061629-233-81 от 21.03.2017; Microsoft windows server 2008 лицензия №48249191 от 18.03.2011, №45385340 от 22.04.2009, №44414571 от 19.08.2008; Microsoft office 2007 №44290414 от 17.07.2008. Kaspersky Endpoint Security лицензия №1752-170320-061629-233-81 от 21.03.2017.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Мультимедийное оборудование для демонстрации учебных материалов.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений
помещений для самостоятельной работы	помещений для самостоятельной работы

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, аудитория №119, главный корпус	Специализированная мебель: учебная доска, стол и стул преподавателя, посадочные места для студентов. Набор демонстрационного оборудования с возможностью использования мультимедиа: проектор BenQ Projector MP515 – 1 шт; экран ScreenMedia Goldview SGM – 1106 – 1 шт; портативный компьютер ASUS Eee PC 1000HD CE900 – 1 шт
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, аудитория № 401, главный корпус	Специализированная мебель: учебная доска, стол и стул преподавателя, посадочные места для студентов. Набор демонстрационного оборудования с возможностью использования мультимедиа: проектор SANYO Multiverse Projector PLC-XU70 – 1 шт; экран для проектора – 1 шт; портативный компьютер TOSHIBA Satellite M60-182 – 1 шт
Помещение для самостоятельной работы обучающихся, читальный зал библиотеки, кабинет № 216, главный корпус	Специализированная мебель: учебная доска, посадочные места для студентов. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» (ЭБС «Znanium.com», Научная библиотека «eLYBRARY.RU») и обеспечением доступа в электронную образовательную среду Академии. Специальная учебная, учебно-методическая и научная литература
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, кабинет № 110а, главный корпус	Специализированная мебель: стеллажи. Сервер Intel Xeon E5620, Intel Pentium 4 – 7 шт, Intel Core 2 Quad Q6600 – 3 шт

8 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (Приложение 1)

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Планирование и организация времени, необходимого на освоение дисциплины (модуля), предусматривается ФГОС и учебным планом дисциплины. Объем часов и виды учебной работы по формам обучения распределены в рабочей программе дисциплины в п.4.2.

Учебно-методическое обеспечение аудиторных занятий

По дисциплине «Маркетинг в строительстве» образовательной программой предусмотрено проведение следующих занятий: лекции, практические занятия, индивидуальные и групповые консультации, самостоятельная работа обучающихся.

Лекции предусматривают преимущественно передачу учебной информации преподавателем обучающимся. Занятия лекционного типа включают в себя лекции вводные, установочные (по заочной форме обучения), ординарные, обзорные, заключительные.

На лекциях используются следующие интерактивные и активные формы и методы обучения: презентации, лекции с элементами беседы и дискуссии.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной

работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Практические занятия (семинары) проводятся для углубленного изучения студентами определенных тем, закрепления и проверки полученных знаний, овладения навыками самостоятельной работы, публичных выступлений и ведения полемики.

Подготовка к групповому занятию начинается ознакомлением с его планом по соответствующей теме, временем, отведенным на данный семинар, перечнем рекомендованной литературы. Затем следует главный этап подготовки к занятию: студенты в соответствии с планом семинара изучают соответствующие источники.

Практическое занятие является действенным средством усвоения курса «Маркетинг в строительстве». Поэтому студенты, получившие на занятии неудовлетворительную оценку, а также пропустившие его по любой причине, обязаны отработать возникшие задолженности. По итогам семинарских занятий студент получает допуск к зачету.

Для организации работы по подготовке студентов к практическим занятиям преподавателем разработаны следующие методические указания:

1. Пасечник, Л.Г. Маркетинг в строительстве. Задания для практических занятий/ Л.Г. Пасечник. – Курган: Изд-во КГСХА, 2015. – 56 с. (электронный вариант)

2. Пасечник Л.Г. Задания для самостоятельной работы студентов по маркетингу в строительстве. – Курган: Изд-во КГСХА, 2015.- 43 с.

Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа является более продуктивной и эффективной, если правильно используются консультации. Консультация – одна из форм учебной работы. Она предназначена для оказания помощи студентам в решении вопросов, которые могут возникнуть в процессе самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов включает в себя подготовку докладов, различных презентаций. При самостоятельной работе большое внимание нужно уделять работе с первоисточниками, дополнительной литературой, учебной литературой.

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: учебниками, нормативными материалами, дополнительной литературой, в том числе материалами интернета, а также проработка конспектов лекций;
- участие в работе семинаров, студенческих научных конференций, олимпиад;
- подготовка к зачету.

Зачет – форма проверки знаний студентов по изучаемому курсу. Он позволяет обобщить и углубить полученные знания, систематизировать и структурировать их. Готовясь к зачету, студент должен еще раз просмотреть материалы лекционных и семинарских занятий, повторить ключевые термины и понятия. Для успешного повторения ранее изученного материала можно использовать схемы и таблицы, позволяющие систематизировать данные. За месяц до проведения зачета преподаватель сообщает студентам примерные вопросы, вынесенные для обсуждения на промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа студентов предполагает подготовку и самостоятельное углубленное изучение курса и выполнение контрольной работы. Вопросы для углубленного изучения курса «Маркетинг в строительстве» с вариантами контрольного задания прилагаются к рабочей программе Методические указания по изучению курса и самостоятельной работы студентов приложение 4

Для организации самостоятельной работы студентов по освоению дисциплины «Маркетинг в строительстве» преподавателем разработаны следующие методические указания:

- 1 Пасечник Л.Г. Задания для самостоятельной работы студентов по маркетингу в строительстве. – Курган: Изд-во КГСХА, 2015.- 43 с.

**Лист регистрации изменений (дополнений) в рабочую программу
дисциплины**

«Маркетинг в строительстве»

в составе ОПОП _____ на 20__-20__ учебный год
(код и наименование ОПОП)

Преподаватель _____ /Ф.И.О./

Изменения утверждены на заседании кафедры « ____ » _____ 20__ г.
(протокол № ____)

Заведующий кафедрой _____ И.О. Фамилия