

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

Кафедра экологика и организации труда

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе и молодежной политике М.А. Арсланова
«31» марта 2022 г.



Рабочая программа дисциплины

МАРКЕТИНГ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Направление подготовки – 08.03.01 Строительство

Направленность программы (профиль) – Промышленное и гражданское строительство

Квалификация – Бакалавр

Лесниково
2022

Разработчик (и):
к.с.-х. н., доцент

М.В. Карпова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры экономики и организации агробизнеса «24» марта 2022 г. (протокол №9)

Завкафедрой,
к.с.-х. н., доцент

М.В. Карпова

Одобрена на заседании методической комиссии факультета экономики и организации агробизнеса «24» марта 2022 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	8	2
практические занятия (включая семинары)	16	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		8	1	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	1	3	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 и 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		+		+			+		ОПК-9
	2 Основные направления маркетинговых исследований									
	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	1	3	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	1	3	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		10	2	3	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	8	16	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-	1	-	-	-	-	1
1.2	презентация	1					1
	с элементами дискуссии		-	-	-	-	
2.1.	лекция-презентация	2	-	-	-	-	2
3.1.	лекция-презентация с элементами дискуссии	1	-	-	-	-	1
3.2.		1	-	-	-	-	1
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. Карпова М.В.. 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 и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, аудитория №119, главный корпус	Специализированная мебель: учебная доска, стол 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 1000 HD CE 900 – 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 «Znaniy.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 оставлять 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. Карпова М.В. 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 Карпова М.В.. 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