Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «КГУ»)
Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени
Т.С. Мальцева – филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Курганский государственный университет»
(Лесниковский филиал ФГБОУ ВО «КГУ»)

Кафедра «Агрономия, агрохимия и землеустройство»

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной и
международной деятельности
_____ / А.А. Кирсанкин /
«____»_____ 20___ г.

Рабочая программа учебной дисциплины

# МАРКЕТИНГ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата
**08.03.01 Строительство**

Направленность: Промышленное и гражданское строительство

Формы обучения: очная, очно-заочная

Курган 2026

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг в строительстве»

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата
08.03.01 Строительство
Направленность: Промышленное и гражданское строительство

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ (72 академических часа)
Семестр: 8 (очная форма обучения)
Форма промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины

Сущность, цели, объекты и виды маркетинга. Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности. Процесс управления маркетингом. Организационные структуры служб маркетинга на предприятии. Понятие и сущность товара, его свойства и классификация. Понятие и структура товарной политики. Позиционирование товаров на рынке и маркетинговые решения по товарному позиционированию. Товарная номенклатура и товарный ассортимент. Товарная марка, упаковка и маркировка товара, сервисное обслуживание. Жизненный цикл товара и товарные инновации. Понятие, функции и виды цен. Ценовая политика предприятия и ее содержание. Понятие канала распределения, его характеристика и выполняемые функции. Система товародвижения и содержание работы по организации товародвижения. Сущность, виды и порядок проведения контроля. Объекты контроля. Внутренняя и внешняя ревизии маркетинга.