



федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова**  
Министерства здравоохранения Российской Федерации  
(Сеченовский Университет)

Утверждено  
Ученый совет ФГАОУ ВО Первый МГМУ  
им. И.М. Сеченова Минздрава России  
(Сеченовский Университет)  
«01» апреля 2024  
протокол №4

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Маркетинг

основная профессиональная Высшее образование - бакалавриат - программа бакалавриата  
38.00.00 Экономика и управление  
38.03.02 Менеджмент  
Менеджмент в здравоохранении

**Цель освоения дисциплины Маркетинг**

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

ОПК-4; Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

**Требования к результатам освоения дисциплины.**

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

п/№	Код компетенции	Содержание компетенции и (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций:			
			Знать	Уметь	Владеть	Оценочные средства
1	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений	основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации	выявлять и оценивать возможности и развития организации и бизнесов с учетом ресурсов и компетенций	разрабатывать бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"



		деятельност и и организац й				
--	--	--------------------------------------	--	--	--	--

**Разделы дисциплины и компетенции, которые формируются при их изучении**

п/№	Код компетенции	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Оценочные средства
1	ОПК-4	1. Основные понятия маркетинга 1.1 Этапы развития маркетинга как науки. Современная концепция маркетинга.	понятие маркетинга, инструментарий	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
2	ОПК-4	2. Рынок и поведение потребителей на рынке 2.1 Анализ рынка. Признаки рынка. Понятие спроса и предложения.	рынок, спрос и предложение	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
3	ОПК-4	3. Маркетинговая среда 3.1 Предприятие и его окружение. Поставщики и покупатели, Конкуренты и контактные аудитории,	внешняя и внутренняя среда медицинского предприятия	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
4	ОПК-4	4. Отбор целевых рынков: сегментирование и позиционирование 4.1 Понятие сегментации рынка, ее роль в маркетинге. Позиционирование	сегментация и позиционирование на рынке	Тесты по маркетингу для направления



0 000507 18900

		на рынке		"Менеджмент"
5	ОПК-4	5. Товарная политика в маркетинговой деятельности предприятия 5.1 Товар как элемент системы маркетинга. Классификация товаров. Жизненный цикл продукции	товарная политика	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
6	ОПК-4	6. Цена и ценовая политика в деятельности 6.1 Виды цен, способы и методы ценообразования.	ценовая политика	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
7	ОПК-4	7. Распространение (каналы распределения) товаров на рынке 7.1 Каналы распределения и товародвижения. Виды и выбор каналов продвижения продуктов.	товародвижение	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
8	ОПК-4	8. Коммуникации и коммуникационная политика в маркетинге 8.1 Создание чат-ботов и визуализация контента	реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг и личные продажи	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"



## Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		Трудоемкость по семестрам (Ч)	
	объем в зачетных единицах (ЗЕТ)	Объем в часах (Ч)	Семестр 5	Семестр 6
Контактная работа, в том числе		120	60	60
Консультации, аттестационные испытания (КАТТ) (Экзамен)		8		8
Лекции (Л)		30	18	12
Лабораторные практикумы (ЛП)				
Практические занятия (ПЗ)		82	42	40
Клинико-практические занятия (КПЗ)				
Семинары (С)				
Работа на симуляторах (РС)				
Самостоятельная работа студента (СРС)		60	30	30
<b>ИТОГО</b>	<b>6</b>	<b>180</b>	<b>90</b>	<b>90</b>

## Содержание дисциплины (модуля) по видам занятий

### Лекционные занятия

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема лекции	Применение ЭО и ДОТ	Объем, час.
1	.Основные понятия маркетинга	Этапы развития маркетинга как науки. Современная концепция маркетинга.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	4
2	Коммуникации и коммуникационная политика в маркетинге	Создание чат-ботов и визуализация контента		4
3	Маркетинговая среда	Предприятие и его окружение. Поставщики и покупатели, Конкуренты и контактные аудитории,	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	6
4	Отбор целевых рынков: сегментирование и позиционирование	Понятие сегментации рынка, ее роль в маркетинге. Позиционирование на рынке		2
5	Распространение	Каналы распределения и		4



	(каналы распределения) товаров на рынке	товародвижения. Виды и выбор каналов продвижения продуктов.		
6	Рынок и поведение потребителей на рынке	Анализ рынка. Признаки рынка. Понятие спроса и предложения.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	4
7	Товарная политика в маркетинговой деятельности предприятия	Товар как элемент системы маркетинга. Классификация товаров. Жизненный цикл продукции		2
8	Цена и ценовая политика в деятельности	Виды цен, способы и методы ценообразования.		4

### Практические занятия

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема	Применение ЭО и ДОТ	Объем, час.
1	.Основные понятия маркетинга	Этапы развития маркетинга как науки. Современная концепция маркетинга.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	12
2	Коммуникации и коммуникационная политика в маркетинге	Создание чат-ботов и визуализация контента		12
3	Маркетинговая среда	Предприятие и его окружение. Поставщики и покупатели, Конкуренты и контактные аудитории,	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	10
4	Отбор целевых рынков: сегментирование и позиционирование	Понятие сегментации рынка, ее роль в маркетинге. Позиционирование на рынке		10
5	Распространение (каналы распределения) товаров на рынке	Каналы распределения и товародвижения. Виды и выбор каналов продвижения продуктов.		8
6	Рынок и поведение потребителей на рынке	Анализ рынка. Признаки рынка. Понятие спроса и предложения.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	10
7	Товарная политика в маркетинговой деятельности предприятия	Товар как элемент системы маркетинга. Классификация товаров. Жизненный цикл продукции		10



8	Цена и ценовая политика в деятельности	Виды цен, способы и методы ценообразования.		10
---	--	---	--	----

### Самостоятельная работа студента

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема занятия	Вид СРС	Объем, час.
1	.Основные понятия маркетинга	Этапы развития маркетинга как науки.Современная концепция маркетинга.		10
2	Коммуникации и коммуникационная политика в маркетинге	Создание чат-ботов и визуализация контента		12
3	Маркетинговая среда	Предприятие и его окружение. Поставщики и покупатели, Конкуренты и контактные аудитории,		6
4	Отбор целевых рынков: сегментирование и позиционирование	Понятие сегментации рынка, ее роль в маркетинге. Позиционирование на рынке		8
5	Распространение (каналы распределения) товаров на рынке	Каналы распределения и товародвижения. Виды и выбор каналов продвижения продуктов.		6
6	Рынок и поведение потребителей на рынке	Анализ рынка. Признаки рынка.Понятие спроса и предложения.		4
7	Товарная политика в маркетинговой деятельности предприятия	Товар как элемент системы маркетинга.Классификация товаров.Жизненный цикл продукции		4
8	Цена и ценовая политика в деятельности	Виды цен, способы и методы ценообразования.		10

### Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### Перечень основной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Котлер Ф., Маркетинг менеджмент. 15-е изд. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — СанктПетербург : Питер, 2024 <a href="http://edu.rucml.ru/find?iddb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\340124">http://edu.rucml.ru/find?iddb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\340124</a>
2	Петрова Н. Г.,



	Основы маркетинга медицинских услуг [Электронный ресурс] / Н. Г. Петрова, Н. И. Вишняков, С. А. Балохина, Л. А. Тептина. — 3-е изд. — М. : МЕДпресс-информ, 2021. — 112 с. — ISBN 9785000309292 .
--	---

### Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Ромат Е., Маркетинговые коммуникации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения — Санкт-Петербург: Питер, 2020г. <a href="http://edu.rucml.ru/">http://edu.rucml.ru/</a> <a href="http://edu.rucml.ru/find?iddb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\356229">http://edu.rucml.ru/find?iddb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\356229</a>
2	Карпова С. В., Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой.. — 2-е изд., пер. и доп. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3 : 2269.00 .

### Перечень электронных образовательных ресурсов

№	Наименование ЭОР	Ссылка
1	Внешние ссылки на маркетинг (видеолекции)	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
2	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
3	Вопросы к экзамену по дисциплине "Маркетинг"	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
4	Учебное пособие по маркетингу	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»

### Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	№	Адрес учебных	Наименование оборудованных
-------	---	---------------	----------------------------



0000507 18900

	учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	аудиторий и объектов для проведения занятий	учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования
1	17-12	105043, г. Москва, б-р. Измайловский, д. 8	Экран настенный в количестве 1 шт. Стол ученический 6-ая группа роста в количестве 20 шт. Стул аудиторный 6-ая группа роста в количестве 40 шт. Доска комбинированная трехэлементная 1 шт. Портативный видеопроектор 1 шт. Ноутбук 1 шт.