



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)  
«20» января 2021  
протокол №1

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг**

основная профессиональная Высшее образование - магистратура - программа магистратуры  
38.00.00 Экономика и управление  
38.04.02 Менеджмент  
Менеджмент в здравоохранении

**Цель освоения дисциплины Маркетинг**

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

ОПК-1; Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1)

ПК-5; Владеть методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)

**Требования к результатам освоения дисциплины.**

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

п/№	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций:			
			Знать	Уметь	Владеть	Оценочные средства
1	ОПК-1	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1)	особенности коммуникационных процессов, приемы маркетинговых коммуникаций	составлять и анализировать целевую аудиторию, каналы маркетинга	профессиональными терминами в маркетинговых исследованиях	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"



2	ПК-5	Владеть методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)	основные законы, категории и алгоритмы поведения потребителя рынка медицинских услуг. Специфику предложения на медицинском рынке	осуществлять сегментирование и позиционирование благ и организаций	приемами digital маркетинга	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
---	------	--	--	--	-----------------------------	--

**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-1, ПК-5	1. Маркетинг в системе экономических наук: сущность и значение 1.1 Маркетинг как наука  1.2 Маркетинг в ретроспективе: история современность	Предмет и объект маркетинга. Концепции маркетинга как науки будущего. Проблемы и противоречия маркетинга. "хитрые уловки" маркетинга. Основные категории, функции и "сущности" маркетинга  Маркетинг как функция менеджмента. Производственная концепция и концепция "чистого маркетинга" - смена парадигмы. Холистический маркетинг - новые аспекты. Маркетинг взаимодействия как концепция будущего	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"  Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
2	ОПК-1, ПК-5	2. Маркетинговый процесс в организации 2.1 Анализ рыночных возможностей организации	Этапы маркетингового процесса. Маркетинговая информация и МИС. АРВ как первый этап процесса маркетинга. Первичная и вторичная информация:	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"



		<p>2.2 Потребитель в маркетинге: типы и коммуникации</p> <p>2.3 Позиционирование организации на рынке</p> <p>2.4 Комплекс маркетинга: сущность, элементы, значение</p>	<p>достоинства и недостатки. Маркетинговая среда организации и методы её анализа.</p> <p>Конечный потребитель и профессиональный покупатель: единство и различия. Коммуникации, обусловленные типом конечного потребителя. Модели поведения покупателей. Процесс принятия решений и факторы, его обуславливающие.</p> <p>Маркетинговая позиция и позиционирование организации. параметры и методы позиционирования. Модели позиционирования Райса и Траута. матрица позиционирования. Репозиционирование организации: необходимость и механизмы.</p> <p>Комплекс как ядро маркетингового процесса. Четыре "Р" как основа комплекса маркетинга. Особенности и этапы разработки товара. Ценообразование: сущность и основные методы. Дистрибуция: этапы работы с дистрибьюторами, риски и управление рисками. Продвижение товара на рынке. Новейшие методы продвижения и цифровизация экономики. Реклама: способы и особенности рекламного продвижения медицинской организации.</p>	<p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p> <p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p> <p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p>
3	ОПК-1, ПК-5	<p>3. Маркетинговый процессв организации</p> <p>3.1 Отбор целевых рынков</p>	<p>Сегментирование: содержание и функции. Методы и общие этапы сегментирования. Целевые рынки и матрица клиентов. Ключевой клиент - механизм стратегии и тактики. Сопровождаемый клиент - вызовы и преодоление противоречий. Многосегментные</p>	<p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p>





	Семестр 1	<b>Часы из АУП</b>	4	8				78	90
1		Маркетинг в системе экономических наук: сущность и значение	2	4				30	36
2		Маркетинговый процесс в организации	2	4				48	54
		<b>ИТОГ:</b>	4	8				78	90
	Семестр 2	<b>Часы из АУП</b>	4	8		8		70	90
1		Маркетинговый процесс в организации	2	4				35	41
2		Маркетинговый процесс в организации	1	2				20	23
3		Стратегия медицинской организации	1	2				15	18
		<b>ИТОГ:</b>	4	8		8		70	82

### Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### Перечень основной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Герасимов Б. И. Маркетинг. — М : Форум, 2018 (Электронный ресурс) <a href="http://edu.rucml.ru/find?idb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\361355">http://edu.rucml.ru/find?idb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\361355</a>
2	Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
3	Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 225 с.

#### Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Журналы: 1. "Маркетинг в России и за рубежом", 2. "Маркетинг и маркетинговые исследования", 3. "Маркетинг услуг"
2	Кайдашова А. К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг : учебное пособие. — М : Флинта, 2020 (Электронный ресурс) <a href="http://edu.rucml.ru/find?idb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\352460">http://edu.rucml.ru/find?idb=18&amp;ID=RU\IBOOK\BOOKS\352460</a>

#### 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	100 тестов для ЦТ по дисциплине МАРКЕТИНГ	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
4	Курс лекций по маркетингу	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
5	Вопросы к экзамену по дисциплине "Маркетинг"	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
6	Учебное пособие по маркетингу	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»

### Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	№ учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	Адрес учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования
1		127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 17	Мультимедийное устройство, доска, столы в количестве 30 штук
2	1-17	127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 17	Мультимедийное устройство, доска, столы в количестве 7 штук
3	1-19	127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 17	Мультимедийное оборудование, столы в количестве 7 штук

Рабочая программа дисциплины разработана кафедрой Экономики и менеджмента ИСН

