

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Л.И.

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 18.06.2026 08:58:41

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических
наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговое планирование

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика
Год начала обучения	2025
Форма обучения	Очно-заочная
Реализуется в семестре	8

Разработано

кандидат экономических наук,
доцент, доцент кафедры менеджмента
Година О.В.

Ставрополь, 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины заключается в формировании у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, компетенций ПК-2, ПК-4.

Задачи дисциплины «Маркетинговое планирование»:

- формирование системы теоретических представлений о маркетинговом планировании как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли в системе управления и планирования организации;
- создание прочных основ системы конкретных умений, позволяющих успешно применять полученные знания на практике;
- изучение управленческой терминологии;
- освоение методологии и методики маркетингового планирования.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговое планирование» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

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

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-2 Способен принимать организационно-управленческие решения по управлению бизнес-процессами в маркетинге	ИД-1 ПК-2. Понимает и учитывает особенности исследования, планирования и прогнозирования спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта на основе потребительского поведения	анализирует воздействие факторов внутренней и внешней среды на развитие организации, иницирует процедуры маркетингового планирования применительно к конкретной рыночной ситуации для разработки стратегии маркетинга и плана ее реализации
ПК-4. Способен выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов, участвовать в разработке и реализации маркетинговых проектов и программ в цифровой среде	ИД-1 ПК-4. Участвует в процессах постановки рыночных целей, подготовки и реализации маркетинговых проектов и программ с использованием цифровых технологий	применяя инструменты маркетингового планирования, самостоятельно ставит цели и разрабатывает маркетинговые программы, участвует в разработке маркетинговых проектов с учетом особенностей развития цифровой среды.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 академ. ч.	ОЗФО, в академ. часах
Контактная работа	18
Лекции/из них практическая подготовка	6/-

Практический занятий/ из них практическая подготовка	12/-
Лабораторных работ/ из них практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	90
Формы контроля	
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	(нет)
Контрольная работа	+

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

5.1. Тематический план дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Очно-заочная форма	Самостоятельная работа, часов	Форма текущего контроля
			Контактная работа		
			обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов		

			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Сущность и содержание маркетингового планирования на предприятии. 1. Понятие маркетингового планирования, его место в системе управления предприятием 2. Уровни планирования · Стратегические хозяйственные единицы	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	2	2		8	Собеседование

	ицы. 3. д ы ма рк ет ин го во го пл ан ир ов ан ия Эт ап ы пр оц ес са ма рк ет ин го во го пл ан ир ов ан ия 4. С од ер жа ни е эт ап ов пр оц ес са ма рк ет ин го	Ви						
--	---	----	--	--	--	--	--	--

	во го пл ан ир ов ан ия 5. Пр ич ин ы воз мо жн ых не уд ач в ма рк ети нг ов ом пл ан ир ова ни и						
2	Стратеги ческое планиров ание маркетин га 1. По нятие стратегич еского планиров ания в маркетин ге, его цели, задачи и особенно сти 2. Эт	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	-	-		9	Собеседование

	апы стратегич еского планиров ания маркетин га 3. Со став и содержан ие стратегич еского плана маркетин га						
3	Цели и стратегии маркетин га 1. Це ли маркети нга 2. По нятие и классиф икация стратег ии маркети нга 3. Ие рархия маркети нговых решени й и стратег ий в organiz ации 4. По ртфельн ые стратег ии в маркети нге 5. Ба зовые стратег ии маркети нга	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	2	-		8	Кейс

	6.Стратегии роста 7. Конкурентные стратегии						
4	Маркетинговый анализ 1. Анализ влияния макросреды на маркетинг организации и рыночную ситуацию в целом 2. Изучение и прогнозирование покупательского спроса 3.Анализ реакции рынка на изменение ситуации 4. Анализ поведения покупателей на рынке товаров 5.Оценка потенциала организации и ее конкурентоспособности 6. Конкурент	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	2	4		9	Кейс, собеседование

	ный анализ						
5	Текущее планиров ание маркетин говой деятельн ости 1 Понятие и содержан ие текущего планиров ания маркетин га 2 Оператив ный маркетин говый план: особенно сти, состав и регламен т разработ ки 3.Формат оператив ного маркетин гового плана по продукту 4. Текущее планиров ание отдельны х видов маркетин говой деятельно сти	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	-	2		8	Кейс

6	Планирование товара 1. Инновационный товар, или решение о новом товаре 2. Изменение ассортиментной линии Стратегия марки	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	-	2		8	Деловая игра
7	Планирование цены 1. Факторы ценообразования 2. Стратегии ценообразования 3. Тактика ценообразования 4. Определение базовой цены 5. Установление и поддержание розничных цен 6. Определен	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	-	2		8	Собеседование

	ие финансов ых последств ий назначени я цены						
8	Планиров ание распредел ения 1. Це ли распред еления 2. Оп ределен ие интенси вности охвата 3. Опреде ление длины канала распред еления 4. Кр итерии выбора длины канала (количест во посредни ков) Выбор организац ионной формы и многокана льность	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	-	-		8	Собеседование
9	Планиров ание продвиже ния 1. По ведение потреби теля и	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	-	-		8	Собеседование

	приняти е им решени я покупке . Задачи продви жения 2.Планиро вание средств продвиже ния 3. Методы определен ия бюджета продвиже ния							
10	Риски маркетин гового планиров ания 1. По нятие и виды рисков. Характер истики рисков маркетин говой деятельно сти 2. Ан ализа и оценка рисков маркети нговой деятель ности 3.Управле ние рисками маркетинг овой деятельно сти	ИД-1 ПК-2 ИД-1 ПК-4	-	-		8	Решение проблемн ситуаций	
1 1	Обеспечение выполнения плана маркетинга на предприятиях	ИД-1 ПК-2 ИД-1	-	-		8	Собесед ование	

1. Методы упорядочения плановых действий во времени	ПК-4					
2. Применение сетевого графика в маркетинговом планировании						
3. Бюджет маркетинга						
4. Контроль выполнения планов маркетинга и их корректировка						
5. Стратегический контроль в маркетинговом планировании						

ИТОГО за 8 семестр		6.00	12.00		90	
ИТОГО		6.00	12.00		90	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины. ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Веслов, Н. Г. Стратегическое и маркетинговое планирование / Н.Г. Веслов. - Москва: Лаборатория книги, 2023. - 91 с. , экземпляров неограничено
2. Шкардун, В. Д. Маркетинговые основы стратегического планирования. Теория, методология, практика / В.Д. Шкардун ; Акад. народ. хоз-ва при Правительстве РФ. - 2-е изд. - М. : Дело, 2024. - 376 с. : ил. - Прил.: с. 272-354. - Библиогр.: с. 355-359. - ISBN 5-77490449-0, экземпляров 7

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Йеннер, Т. Маркетинговое планирование: пер. с нем. / Томас Йеннер. - Харьков : Гуманитарный Центр, 2024. - 276 с. - Библиогр.: с. 262-274. - ISBN 978-966-8324-63-5, экземпляров 2
2. Минин, А. А. Маркетинговое планирование. Российская практика / А.А. Минин. - М. : Вершина, 2024. - 240 с. : ил. - (Библиотека маркетолога-практика). - Библиогр.: с. 235-238. - ISBN 5-9626-0303-6, экземпляров 1
3. Дибб, С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли ; пер. с англ. С. Жильцова. - СПб. : Питер, 2024. - 256 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - Прил.: с. 203-211. - Библиогр.: с. 253-255. - ISBN 5-31800109-2, экземпляров 1

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

- 1 Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинговое планирование» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, 2026- [Электронная версия]
- 2 Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Маркетинговое планирование» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, 2026-[Электронная версия]

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://4p.ru> (Теория и практика маркетинга (брендинг, мерчендайзинг и др.).Свободный доступ к результатам различных маркетинговых исследований)
2. <http://marketing.spb.ru>(Публикации по вопросам маркетинга (брендинг, ценообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.). Примеры маркетинговых исследований)
3. <http://comcon-2.com> (Теория количественных и качественных исследований (определение оптимальной цены, объема рынка, рыночных возможностей и т.д.)
4. <http://marketolog.ru> (Сайт маркетологов)
5. <http://7st.ru> (Сетевой журнал о маркетинге и рекламе)

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

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют комплект практических работ, презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1.Профессиональная база данных «Всероссийская система данных о компаниях и бизнесе «За честный бизнес» // Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru>

2.Профессиональная база данных Росстата // Режим доступа:http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/

Информационная справочная система КонсультантПлюс. // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

3.Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ // Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

Программное обеспечение:

1. Альт Рабочая станция 10
2. Альт Рабочая станция К
3. Альт «Сервер»
4. Пакет офисных программ - Р7-Офис

)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника),

оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорнодвигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

11. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-коммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.