



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»**

(ДВФУ)

**ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ШКОЛА)**

СОГЛАСОВАНО

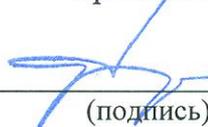
Руководитель образовательной  
программы

  
(подпись)

В.В. Андреев  
(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента  
промышленной безопасности

  
(подпись)

А.В. Гридасов  
(И.О. Фамилия)

«23» декабря 2022 г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

*Маркетинг художественных материалов и изделий*

*Направление подготовки 29.04.04 Технология художественной обработки  
материалов*

*(Технология художественной обработки материалов и дизайн  
художественных изделий)*

*Форма подготовки: очная*

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 29.04.04 Технология художественной обработки материалов, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 22 сентября 2017 г. № 969.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента промышленной безопасности Политехнического института (Школы) ДВФУ протокол № 5 от «23» декабря 2022 г.

Директор Департамента промышленной безопасности: А.В. Гридасов

Составитель: В.В. Андреев

Владивосток  
2023

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента промышленной безопасности Политехнического института (Школы) ДВФУ и утверждена на заседании Департамента промышленной безопасности Политехнического института (Школы) ДВФУ, протокол от «\_»\_\_\_\_20\_г. №

2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента промышленной безопасности Политехнического института (Школы) ДВФУ и утверждена на заседании Департамента промышленной безопасности Политехнического института (Школы) ДВФУ, протокол от «\_»\_\_\_\_20\_г. №

## I ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** приобретение студентами знаний о методах современного маркетинга, принципах управления маркетингом используя его инструментарий в области художественных изделий и материалов, применяемых для их изготовления.

Этот курс предназначен для предоставления студентам понимания принципов маркетинга. Особое внимание уделено управлению маркетинговой деятельностью и тому, как маркетинг связан с общим функционированием организации, включая управление обменными процессами между бизнес-единицами и потребителями, а также между фирмами. Он включает такие темы, как анализ отрасли и конкурентов, постановка задач, маркетинговые стратегии, компоненты рынка, механизмы реализации и контроля и все это в контексте художественных материалов и художественных изделий.

### **Задачи:**

- формирование представления о принципах и методах маркетинга, а также его возможностях;
- изучение рыночных возможностей путем использования методологии маркетинговых исследований; изучение особенностей функционирования различных типов рынков – потребительского рынка, рынка организованных покупателей;
- изучение факторов, влияющих на ценообразование, политику распространения и продвижения, выбор маркетинговой программы (формирование комплекса маркетинга).

Место дисциплины в структуре учебного плана: дисциплина Б1.О.10 входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общепрофессиональные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Реализация и маркетинговые исследования	ОПК-9 Способен анализировать и прогнозировать потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно-промышленных объектах	ОПК-9.1. Применяет методологию маркетинговых исследований, определяет потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно-промышленных объектах.	Знает, как проводить исследования, связанных с определением потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно-промышленных объектах.
			Умеет проводить анализ потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно-промышленных объектах.



1	Социальные основы маркетинга. Процесс управления маркетингом. Маркетинговые исследования.	1	4						
2	Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации	1	4						
3	Маркетинговая среда. Рынки индивидуальных потребителей. Рынки предприятий. Сегментирование рынка	1	12	-	-	-	36	-	УО-1, ПР-1, УО-3
4	Комплекс маркетинга (маркетинг микс)	1	12						
5	Стратегия, планирование и контроль. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий	1	4						
<b>Итого:</b>			36	-	-	-	36	-	<b>Зачет</b>

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (36 часов, часы с использованием МАО не предусмотрены)

##### Лекционные занятия (36 час.).

#### **Тема 1. Социальные основы маркетинга. Процесс управления маркетингом. Маркетинговые исследования. (4 час.)**

Введение в маркетинг. Социальные основы маркетинга. Концепции маркетинга Цели системы маркетинга. Процесс управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Выявление новых рынков. Оценка маркетинговых возможностей. Отбор целевых рынков. Замеры и прогнозирование спроса. Отбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке.

#### **Тема 2. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации (4 час.)**

Концепция системы маркетинговой информации (переход от маркетинга на местном уровне к маркетингу в общенациональном масштабе. переход от покупательских нужд к покупательским потребностям. переход от конкуренции в ценах к неценовой конкуренции). Система маркетинговой информации (система внутренней отчетности, система сбора внешней текущей маркетинговой информации, система маркетинговых исследований, система анализа маркетинговой информации: статистический банк, банк моделей) Схема маркетингового исследования. Выявление проблем и формулирование целей исследования, отбор источников информации

(вторичные и первичные данные). Методы исследования (наблюдение, опрос, инструментарий маркетингового исследования).

### **Тема 3. Маркетинговая среда. Рынки индивидуальных потребителей. Рынки предприятий. Сегментирование рынка (12 час.)**

Основные факторы микросреды: фирма, поставщики, маркетинговые посредники (торговые посредники., фирмы-специалисты по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг, кредитно-финансовые учреждения), клиентура (потребительский рынок, рынок производителей, рынок посредников, рынок государственных учреждений, международный рынок), конкуренты, контактные аудитории. Основные факторы макросреды: демографическая среда, экономическая среда, природная среда, научно-техническая среда. политическая среда, культурная среда.

### **Тема 4. Комплекс маркетинга (маркетинг микс) (12 час.).**

Разработка товаров (товары, брендинг, проблемы жизненного цикла), установление цен (задачи и политика ценообразования, подходы к проблеме ценообразования), методы распространения (каналы распределения и товародвижение, розничная и оптовая торговля), продвижение (стратегия коммуникации и стимулирования, реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью)

### **Тема 5. Стратегия, планирование и контроль. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий (4 час.).**

Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий (система планирования маркетинга. система организации службы маркетинга (функциональная организация, организация по географическому принципу, организация по товарному производству, Организация по рыночному принципу. Организация по товарно-рыночному принципу). Этапы стратегического планирования. Стратегия роста. Разделы плана маркетинга. Разработка бюджета маркетинга. Контроль за выполнением маркетинговых планов.

## **V. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

Практические занятия не предусмотрены

Лабораторные занятия не предусмотрены

## **VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА**

№п/п	Контролируемые разделы/темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства – наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация

1	Тема №1, Социальные основы маркетинга Процесс управления маркетингом. Маркетинговые исследования.	ОПК-9.1. Применяет методологию маркетинговых исследований, определяет потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно- промышленных объектах.	Знает, как проводить исследования, связанных с определением потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно- промышленных объектах. Умеет проводить анализ потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно- промышленных объектах. Владеет методологией маркетинговых исследований.	Устный опрос (УО-1)	Устный опрос (УО-1), вопросы для подготовки к зачету
2	Тема №2, Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации	ОПК-9.2. Организовывает взаимодействие с участниками рыночных отношений в сфере профессиональной деятельности, разрабатывает стратегию и осуществляет организацию маркетинговых исследований	Знает, как осуществлять организацию маркетинговых исследований, связанными с художественными и художественно- промышленными материалами и изделиями. Умеет осуществлять организацию маркетинговых исследований.	Устный опрос (УО-1)	Устный опрос (УО-1), вопросы для подготовки к зачету
3	Тема №3, Маркетинговая среда. Рынки индивидуальных потребителей. Рынки предприятий. Сегментирование рынка	маркетинговых исследований товарных рынков художественных и художественно- промышленных материалов и изделий	Владеет навыками организации маркетинговых исследований и взаимодействия с участниками рыночных отношений в сфере профессиональной деятельности.		
4	Тема №4, Комплекс маркетинга (маркетинг микс)	ОПК-9.3. Применяет навыки организации деятельности с учетом результатов	Знает основы организации деятельности с учетом результатов маркетинговых исследований.	Устный опрос (УО-1), Тест (ПР-1)	Устный опрос (УО-1), вопросы для подготовки к зачету

		маркетинговых исследований.	Умеет организовывать деятельность с учетом результатов маркетинговых исследований.		
5	Тема №5, Стратегия, планирование и контроль. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.		Владеет навыками организации деятельности с учетом результатов маркетинговых исследований	Устный опрос (УО-1), Сообщение (УО-3)	Устный опрос (УО-1), вопросы для подготовки к зачету
	Зачет	ОПК-9.1; ОПК-9.2; ОПК-9.3	-	-	Вопросы к зачету

## VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Формы самостоятельной работы студентов:

- работа с основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсами;
- самостоятельное ознакомление с лекционным материалом, представленным на электронных носителях, в библиотеке образовательного учреждения;
- поиск информации по теме с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;
- выполнение тестовых заданий;
- подготовка к устному опросу;
- заполнение рабочей тетради;
- подготовка к зачету.

## VIII. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0419-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/501125>
2. Оценка качественных характеристик и стоимости ювелирных камней. Художественная ценность изделий в ценообразовании: Учебное пособие / Капошко И.А., Березюк В.Г., Синичкин А.М. - Краснояр.:СФУ, 2015. - 124 с.: ISBN 978-5-7638-3328-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/967679>
3. Афонасова М.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Афонасова М.А.— Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015.— 106 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72119.html>
4. Зобов А.М. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Зобов А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2011.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11529.html>
5. Костылева С.Ю. Экономический маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент»/ Костылева С.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 187 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34306.html>

### Дополнительная литература

*(печатные и электронные издания)*

1. Маркетинг: учеб. пособие / под ред. проф. И.М. Синяевой. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. - 384 с. - ISBN 978-5-9558-0183-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/929685>
2. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. — 5-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 548 с. - ISBN 978-5-394-03478-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093486>
3. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005021-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1070534>
3. Синяева, И. М. Маркетинг в коммерции / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В., - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2016. - 548 с.: ISBN 978-5-394-

02388-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415418>

4. Киреев В. С. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - Москва: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с.: ISBN 978-5-906818-91-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/767187>

### Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Интернет ресурс – интернет журнал «Harvard Business Review Россия» - <https://hbr-russia.ru/>

2. Интернет ресурс – интернет-журнал «Секрет Фирмы» - <https://secretmag.ru/>

3. Литература (книги, справочники, журналы) по маркетингу на английском языке (база данных ELSEVIER) – Режим доступа (в сети ДВФУ): <https://www.sciencedirect.com/browse/journals-and-books?searchPhrase=marketing>

4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>

5. Российский портал открытого образования <http://window.edu.ru>

6. Научная электронная библиотека (НЭБ) eLIBRARY [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

7. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>

8. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

9. ЭБС ДВФУ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/>

10. Электронно-библиотечная система znanium.com НИЦ «ИНФРА-М» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/>

### Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Номер и наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
корпус Е, ауд. Е 317, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Thermo-Calc - программа, предназначенная для выполнения термодинамических расчетов и построения фазовых диаграмм; Microsoft Office Professional Plus 2016 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.); 7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;

	ABBYY FineReader 11 - программа для оптического распознавания символов; 3ds Max 2015 - программа для трехмерного моделирования, анимации и визуализации; Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AutoCAD Electrical 2015 Language Pack – English -трёхмерная система автоматизированного проектирования и черчения; CorelDRAW Graphics Suite X7 (64-Bit) – графический редактор
--	--

## IX. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на занятиях аудиторной формы – лекциях, выполнение аттестационных мероприятий. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на проработку лекционного материала и дополнительной литературы.

Освоение дисциплины предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех заданий, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине является зачет.

Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Шкала оценивания сформированности образовательных результатов по дисциплине представлена в фонде оценочных средств (ФОС).

## X. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

### Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок	Проектор 3-chip DLP, 10 600 ANSI-лм, WUXGA 1 920x1 200 (16:10) PT-DZ110XE Panasonic;	Lingvo x6 Academic Concurrent FineReader 12 Corporate Academic Campus 500 Inventor

<p>Аякс, 10, корпус Е, ауд. Е 317, учебная аудитория для проведения лекционных, практических занятий, занятий для самостоятельной работы.</p>	<p>экран 316x500 см, 16:10 с эл. приводом; крепление настенно-потолочное Elpro Large Electrol Projecta; профессиональная ЖК-панель 47", 500 Кд/м2, Full HD M4716CCBA LG; подсистема видеоисточников документ-камера CP355AF Avervision; подсистема видеокмутации; подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; подсистема интерактивного управления; беспроводные ЛВС обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS)</p>	<p>Professional 2020 AutoCAD 2020 REVIT 2019 Mudbox 2018 MAYA 2018 REVIT 2018 AutoCAD 2018 3DS MAX 2018 Autocad 2017 Inventor Professional 2017 Turtle For Maya Premium 2016 Maya Mental Ray 1 Package 2016 MAYA 2016 VideoStudio Pro x10 Lite CorelDraw SPSS Amos SPSS Statistics Premium Campus Edition Mathcad Extensions 14.0 Academic Mathcad License 14.0 MathCad Education Universety Edition Micromine Windows Edu Per Device 10 Education Win EDU E3 Per User AAD O365 EDU A1 Microsoft 365 Apps for enterprise EDU Promt Bce словари Promt Translation Server 10 Standart SolidWorks Campus 500 ThermoCalc Компас 3D Система прочностного анализа v16 Компас 3D модуль ЧПУ.</p>
<p>Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)</p>	<p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками</p>	<p>Lingvo x6 Academic Concurrent FineReader 12 Corparate Academic Campus 500 Inventor Professional 2020 AutoCAD 2020 REVIT 2019 Mudbox 2018 MAYA 2018 REVIT 2018 AutoCAD 2018 3DS MAX 2018 Autocad 2017 Inventor Professional 2017 Turtle For Maya Premium 2016 Maya Mental Ray 1 Package 2016 MAYA 2016 VideoStudio Pro x10 Lite CorelDraw SPSS Amos SPSS Statistics Premium Campus Edition Mathcad Extensions 14.0 Academic Mathcad License 14.0 MathCad Education Universety Edition Micromine Windows Edu Per Device 10 Education Win EDU E3 Per User AAD O365 EDU A1 Microsoft 365 Apps for enterprise EDU Promt Bce словари Promt Translation Server 10 Standart SolidWorks Campus 500 ThermoCalc Компас 3D Система прочностного анализа v16 Компас 3D модуль ЧПУ. Токарная обработка v16 Интермех Шахтинские планы</p>

		Интеллект 4.7.4 Total Academic Headcount (подписка на установку всех пакетов)
--	--	---