

Компонент ОПОП	38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) /специализация
	Управление проектами,
	наименование ОПОП
	ФТД.01
	шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля)	ФТД.01 Предпринимательский маркетинг
---------------------	--------------------------------------

Разработчик:	
Гафуров А. Р.	ФИО
доцент	должность
К.Э.Н.	ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры	
Экономики и управления	наименование кафедры
протокол № 7	от 20.03.2025
заведующий кафедрой	ЭиУ
подпись	Щебарова Н. Н.
	ФИО

Пояснительная записка

Объем дисциплины 2 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД1 _{УК2} Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления. ИД2 _{УК2} Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения. ИД3 _{УК2} Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменяемости. ИД4 _{УК2} Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования. ИД5 _{УК2} Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта.	Знать: - основные понятия, категории маркетинга; - сущность процесса организации маркетинга; - типы организационных структур управления; - основные методы оценки текущего состояния бизнеса и перспектив его развития; - основные особенности разработки планов маркетинга. Уметь: - использовать инструментальный предпланового маркетингового анализа; — использовать инструменты оценки бизнеса; — использовать инструменты планирования маркетинга. Владеть: - навыками решения практических задач.
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД1 _{УК-4} Устанавливает и развивает профессиональные контакты в соответствии с потребностями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия. ИД2 _{УК-4} Осуществляет составление и корректный перевод академических и профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык Российской Федерации и с государственного языка Российской Федерации на иностранный. ИД3 _{УК-4} Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая	

	наиболее подходящий формат. ИД4 _{УК-4} Аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке Российской Федерации, в том числе на иностранном языке (-ах).	
--	--	--

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Маркетинг как концепция рыночного управления

Определение понятия «маркетинг». Традиционный и новый маркетинг. Маркетинг в современных условиях и направления его совершенствования. Предпринимательский маркетинг.

Тема 2. Организация предпринимательского маркетинга

Организационные направления развития и совершенствования концепции маркетинга. Формирование (проектирование) оргструктуры маркетинга. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом.

Тема 3. Предплановые маркетинговые исследования

Определение спроса и доли рынка. Методы прогнозирования рыночного спроса и доли рынка. Изучение потребителей. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.

Тема 4. Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития

Анализ хозяйственного и продуктового портфелей. Ситуационный анализ. Метод SPACE-анализа. Сценарный метод. Анализ разрывов (GAP-анализ). Анализ цепочек ценностей. ABC- и XYZ-анализ. Сегментирование и позиционирование.

Тема 5. Планирование маркетинга

Общие концепции планирования маркетинга. Особенности разработки планов маркетинга. Структура плана маркетинга и последовательность его разработки. Организация выполнения и контроль плана маркетинга.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в ЭИОС МАУ;
- методические материалы по самостоятельной работе.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, представлен на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным». ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Николаева, М. А. Маркетинг : учебник и практикум / М. А. Николаева, С. А. Калугина. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 364 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720380> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06153-0. – Текст : электронный.

2. Маркетинг : учебник / А. В. Бугаев, А. О. Васильев, Е. И. Кузнецова [и др.] ; под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2023. – 184 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712652> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03770-7. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

3. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 258 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710979> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05116-6. – Текст : электронный.

4. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 438 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710166> (дата обращения: 15.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05522-5. – Текст : электронный.

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1) Государственная система правовой информации - официальный интернет-портал правовой информации – URL: <http://pravo.gov.ru>

2) Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – URL: <http://window.edu.ru>

3) Справочно-правовая система. Консультант Плюс – URL: <http://www.consultant.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional

2. Офисный пакет Microsoft Office 2010

3. Операционная система Microsoft Windows XP Professional

4. Офисный пакет Microsoft Office 2007

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

– учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

– помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 – Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения							
	Зачная				Очно-заочная			
	Сессия			Всего часов	Семестр			Всего часов
	Лет.							
Лекции	2			2				
Практические занятия	4			4				
Лабораторные работы	–			–				
Самостоятельная работа	62			62				
Подготовка к промежуточной аттестации	–			–				
Зачет	4			4				
Всего часов по дисциплине	72			72				
/ из них в форме практической подготовки								

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	–			–				
Зачет	+			+				
Курсовая работа (проект)	–			–				
Количество расчетно-графических работ	–			–				
Количество контрольных работ	–			–				
Количество рефератов	–			–				
Количество эссе	–			–				

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
	Заочная форма
1.	Предплановые маркетинговые исследования
2.	Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития
3.	Планирование маркетинга