

Компонент ОПОП 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) /специализация
Логистика и управление предприятием,
наименование ОПОП
Б1.О.13
шифр дисциплины

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля) Б1.О.13 Маркетинг

Разработчик:

Гафуров А. Р.

ФИО

доцент

должность

канд.экон.наук

ученая степень, звание

Утверждено на заседании кафедры

Экономики и управления

наименование кафедры

протокол № 8 от 21.03.2024

заведующий кафедрой

ЭиУ

Щебарова Н. Н.

подпись

ФИО

Пояснительная записка

Объем дисциплины 3 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)
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ИД-1 _{ОПК-4} Умеет анализировать рынки и отрасли ИД-2 _{ОПК-4} Осуществляет оценку маркетинговых возможностей и ресурсов организаций ИД-3 _{ОПК-4} Владеет навыками создания бизнес-планов инвестиционных проектов	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

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. Антикризисный маркетинг.

Тема 2. Организация 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 практически 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. 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: 19.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03770-7. – Текст : электронный.

2. 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: 19.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05116-6. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

3. 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: 19.04.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05522-5. – Текст : электронный.

4. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 260 с. : табл. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710991> (дата обращения: 19.04.2024). – ISBN 978-5-394-05058-9. – DOI 10.29030/978-5-394-05058-9-2023. – 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							
	Очная				Очно-заочная			
	Семестр			Всего часов	Семестр			Всего часов
	2							
Лекции	24			24				
Практические занятия	36			36				
Лабораторные работы	–			–				
Самостоятельная работа	12			12				
Подготовка к промежуточной аттестации	–			–				
Экзамен	36			36				
Всего часов по дисциплине	108			108				
/ 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
	Очная форма
1.	Предплановые маркетинговые исследования
2.	Оценка текущего состояния бизнеса и перспектив его развития
3.	Планирование маркетинга