

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 11:48:55

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da14b44b362na0ee37e758a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины Маркетинговое планирование и аудит

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя		12	
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	24	24	24	24
Практические	24	24	24	24
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Формирование знаний о современных достижениях науки и практики планирования и управления маркетингом в разных областях экономики, освоение современных методов, инструментов и форм, обеспечивающих эффективный аудит и управление маркетингом на предприятии.
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	- формирование теоретических знаний и практических навыков по разработке стратегических и тактических планов маркетинга;
1.4	- ознакомление с методами планирования и аудита маркетинга;
1.5	- изучение методов формирования маркетинговых планов;
1.6	- приобретение навыков применения методов планирования маркетинга;
1.7	- развитие способности проводить анализ рыночных и специфических факторов, влияющих деятельность организации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-6: владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

Знать:

методы принятия решений в маркетинговом планировании

Уметь:

разрабатывать варианты решений в рамках планирования

Владеть:

методами выбора варианта маркетинговых решений

ПК-4: умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации

Знать:

методы планирования и маркетингового аудита

Уметь:

применять методы маркетингового планирования в старатегической и оперативной перспективе

Владеть:

навыками проведения исследования и аудита маркетинговой среды