

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 11:49:02

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da14b44b362na0ee37e75a19

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

Управление маркетингом

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 3 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	7			
Неделя	7			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	14	14	14	14
Практические	28	28	28	28
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	42	42	42	42
Контактная работа	42	42	42	42
Сам. работа	30	30	30	30
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

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

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

ОПК-3: способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

Знать:

методы разработки маркетинговых стратегий организации

Уметь:

применять методы разработки маркетинговых стратегий организации

Владеть:

методами разработки функциональных стратегий организации проектирования комплексных бизнес-процессов

ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

Знать:

методы управления программой организационных изменений

Уметь:

применять методы управления программой организационных изменений

Владеть:

навыками применения методов управления программой организационных изменений

ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

Знать:

цели, принципы, функции, объекты, средства и методы управления маркетингом, сегментацию рынка, маркетинговую среду и её анализа;

основные результаты новейших исследований по проблемам управления маркетингом;

этапы маркетинговых исследований,

Уметь:

управлять процессом маркетинговой деятельности; осуществлять анализ и разработку стратегии маркетинга на основе современных методов и передовых научных достижений;

выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;

проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами;

Владеть:

методикой построения организационно-управленческих моделей маркетинговой деятельности;
информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговой деятельностью;
навыками организации маркетинговой деятельности и оценки ее эффективности, методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей;

ПК-16: владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
Знать:
методы оценки инвестиционных проектов и финансового планирования
Уметь:
проводить оценку инвестиционных проектов и финансового планирования
Владеть:
навыками оценки инвестиционных проектов и финансового планирования