

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9ac0a145f4155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, 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			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
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

Рабочая программа дисциплины Маркетинговое планирование и аудит / сост. доцент, к.э.н. Трубникова В.В.;
Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинговое планирование и аудит" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

доцент, к.э.н. Трубникова В.В.

© Курский государственный университет, 2017

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 стратегической и оперативной перспективе

Владеть:

навыками проведения исследования и аудита маркетинговой среды

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Концепция маркетингового планирования, ее содержание и основные элементы.	Раздел			

1.1	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Лек	6	2	2
1.2	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Пр	6	2	2
1.3	Сущность и содержание маркетинговой деятельности фирмы	Ср	6	6	0
1.4	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Лек	6	2	0
1.5	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Пр	6	2	0
1.6	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Ср	6	6	0
	Раздел 2. Планирование и организация маркетинга	Раздел			
2.1	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Лек	6	2	2
2.2	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Пр	6	2	2
2.3	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Ср	6	6	0
2.4	Анализ потребительских рынков и поведения покупателей	Лек	6	2	0
2.5	Анализ потребительских рынков и поведения покупателей	Пр	6	2	0
2.6	Анализ потребительских рынков и поведения покупателей	Ср	6	6	0
2.7	Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Лек	6	2	0
2.8	Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Пр	6	2	0
2.9	Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Ср	6	6	0
2.10	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Лек	6	2	0
2.11	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Пр	6	2	0
2.12	Сегментирование рынка и выбор целевых рынков	Ср	6	6	0
2.13	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Лек	6	2	2
2.14	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Пр	6	2	2
2.15	Стратегическое маркетинговое планирование в организации	Ср	6	6	0
2.16	Планирование комплекса маркетинга	Лек	6	4	0
2.17	Планирование комплекса маркетинга	Пр	6	4	0
2.18	Планирование комплекса маркетинга	Ср	6	6	0
	Раздел 3. Разработка системы маркетингового аудита	Раздел			
3.1	Понятие и сущность маркетингового аудита	Лек	6	2	0
3.2	Понятие и сущность маркетингового аудита	Пр	6	2	0
3.3	Понятие и сущность маркетингового аудита	Ср	6	4	0
3.4	Технологии проведения маркетингового аудита	Лек	6	2	0
3.5	Технологии проведения маркетингового аудита	Пр	6	2	0
3.6	Технологии проведения маркетингового аудита	Ср	6	2	0

3.7	Результирующие методы аудита системы маркетинга для разработки рекомендаций	Лек	6	2	0
3.8	Результирующие методы аудита системы маркетинга для разработки рекомендаций	Пр	6	2	0
3.9	Результирующие методы аудита системы маркетинга для разработки рекомендаций	Ср	6	6	0
3.10	экзамен	Экзамен	6	36	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Титова В. А., Цой М. Е., Мамонова Е. В. - Управление маркетингом - Новосибирск: НГТУ, 2013.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Мельникова Н. А. - Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.	http://www.iprbookshop.ru/6000	1
Л2.2	Кметь Е. Б., Ким А. Г. - Управление маркетингом: Учебник - Саратов: Вузовское образование, 2016.	http://www.iprbookshop.ru/43373	1
Л2.3	Королёв О. В. - Маркетинговый аудит предприятия - Москва: Лаборатория книги, 2010.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87383	1

6.1.3. Методические разработки

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л3.1	Корабельникова С. С. - Планирование на предприятии: Методические указания - Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2014.	http://www.iprbookshop.ru/49961	1

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;
7.3.1.2	Microsoft Office 2003 Suites Open License: 41902857
7.3.1.3	Google Chrome Свободная лицензия BSD;
7.3.1.4	7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;
7.3.1.5	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	СС "Консультант Плюс"
---------	-----------------------

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 518. Стол ученический двухместный – 34 шт. Стул ученический – 70 шт. Трибуна – 1 шт. Трибуна настольная – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристалл №9 персик 5 этаж каб. №518 – 2 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
-----	--

7.2	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.
7.3	Комплект мультимедийных презентаций по отдельным разделам/темам дисциплины: «Основы маркетингового планирования», «Совершенствование системы маркетингового планирования предприятия»; «Организация маркетингового тестирования новых продуктов».
7.4	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимся на кафедре.

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Практические занятия имеют следующую структуру:

- тема практического занятия;
- задания состоят из контрольных вопросов, выполнения практических задач, проектов и т. п.
- рекомендуемая литература.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы, которые содержатся рабочей программе дисциплины в свободном доступе для студентов.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

Основная литература - это учебники и учебные пособия.

Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет-ресурсы.

В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.

Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.

Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.