

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:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9ac1da145f4155621a10ee37e73a19

## 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 Маркетинговые методы управления

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:

зачет(ы) 7

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Итого	108	108	108	108

Рабочая программа дисциплины Маркетинговые методы управления / сост. к.э.н., доцент 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 "Маркетинговые методы управления" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

к.э.н., доцент Трубникова В.В. \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

© Курский государственный университет, 2017

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Ознакомление обучающихся с маркетинговым подходом к управлению, обеспечивающим эффективную организацию деятельности фирм и предприятий, получение навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в управленческой деятельности
-----	---

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.10
--------------------	------------

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

#### ОК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

**Знать:**

теоретические основы формирования философии организации в системе маркетинга

**Уметь:**

анализировать теоретический массив внешней и внутренней информации

**Владеть:**

навыками синтеза информации

#### ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

**Знать:**

сущность маркетинговых методов управления, особенности применения информационно-коммуникационных технологий

**Уметь:**

применять информационно-коммуникационные технологии для реализации профессиональных задач

**Владеть:**

навыками исследования проблем маркетинга с помощью информационно-коммуникационных технологий

#### ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

**Знать:**

сущность и классификацию рыночных рисков в маркетинговой деятельности

методы анализа и особенности рисков в сфере маркетинга

методы управления рыночными и специфическими рисками в сфере маркетинга

**Уметь:**

проводить анализ управленческой ситуации

анализировать и оценивать риски, связанные с финансированием маркетинга

**Владеть:**

навыками анализа и оценки рисков в управленческой деятельности

навыками выбора маркетинговой стратегии

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	<b>Раздел 1. Теоретические аспекты маркетингового управления</b>	Раздел			
1.1	Сущность концепции маркетингового управления и ее составляющие	Лек	7	2	2
1.2	Сущность концепции маркетингового управления и ее составляющие	Пр	7	4	2
1.3	Сущность концепции маркетингового управления и ее составляющие	Ср	7	5	0
1.4	Организация деятельности маркетинговой службы в организации. Формирование маркетинговоориентрованной компании	Лек	7	2	2
1.5	Организация деятельности маркетинговой службы в организации. Формирование маркетинговоориентрованной компании	Пр	7	6	2
1.6	Организация деятельности маркетинговой службы в организации. Формирование маркетинговоориентрованной компании	Ср	7	9	0
1.7	Конкуренция и конкурентоспособность. Методы маркетингового анализа	Лек	7	2	0
1.8	Конкуренция и конкурентоспособность. Методы маркетингового анализа	Пр	7	4	0
1.9	Конкуренция и конкурентоспособность. Методы маркетингового анализа	Ср	7	8	0
1.10	Сущность маркетинговых стратегий и стратегий	Лек	7	2	0
1.11	Сущность маркетинговых стратегий и стратегий	Пр	7	4	0
1.12	Сущность маркетинговых стратегий и стратегий	Ср	7	8	0
	<b>Раздел 2. Прикладные аспекты применения маркетинговых методов управления</b>	Раздел			
2.1	Формирование потребительской ценности	Лек	7	2	0
2.2	Формирование потребительской ценности	Пр	7	4	0
2.3	Формирование потребительской ценности	Ср	7	5	0
2.4	Управление комплексом маркетинга	Лек	7	2	0
2.5	Управление комплексом маркетинга	Пр	7	2	0
2.6	Управление комплексом маркетинга	Ср	7	5	0
2.7	Маркетинговое планирование.	Лек	7	2	0
2.8	Маркетинговое планирование.	Пр	7	4	0
2.9	Маркетинговое планирование.	Ср	7	5	0
2.10	Контроль маркетинговой деятельности.	Лек	7	2	0

2.11	Контроль маркетинговой деятельности.	Пр	7	4	0
2.12	Контроль маркетинговой деятельности.	Ср	7	5	0
2.13	Бенчмаркинг	Лек	7	2	2
2.14	Бенчмаркинг	Пр	7	4	2
2.15	Бенчмаркинг	Ср	7	4	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	Иган Д. - Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений - Москва: Юнити-Дана, 2015.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114710">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114710</a>	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Тарасевич В.М. - Маркетинг: учебник для вузов, рек. МО РФ - СПб.: Питер, 2010.		10
Л2.2	Данченко Л. А. - Маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	<a href="http://www.biblio-online.ru/book/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC">http://www.biblio-online.ru/book/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC</a>	1
Л2.3	Синяева И. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В., Дашков Л. П. - Маркетинг услуг: учебник - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454142">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=454142</a>	1
Л2.4	Акулич И. Л. - Маркетинг взаимоотношений: Учебно-методическое пособие - Минск: Вышэйшая школа, 2010.	<a href="http://www.iprbookshop.ru/20085">http://www.iprbookshop.ru/20085</a>	1

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭБС IPR books
Э2	Электронная библиотека "Юрайт"

#### 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.

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

Обучающимся необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимися на кафедре. Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому обучающимся рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору или к преподавателю на занятиях практического типа.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

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.