

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:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9ac1da1454155621a10ee37e73a19

## 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

#### 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	рп	уп	рп
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

Рабочая программа дисциплины Управление маркетингом / сост. 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 "Управление маркетингом" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

Трубникова В.В.

© Курский государственный университет, 2017

**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**

<b>Знать:</b>
методы оценки инвестиционных проектов и финансового планирования
<b>Уметь:</b>
проводить оценку инвестиционных проектов и финансового планирования
<b>Владеть:</b>
навыками оценки инвестиционных проектов и финансового планирования

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	<b>Раздел 1. Концепция управления предприятием, действующем на принципах маркетинга.</b>	Раздел			
1.1	Концепция управления предприятием, действующем на принципах маркетинга	Лек	8	2	2
1.2	Концепция управления предприятием, действующем на принципах маркетинга	Пр	8	4	2
1.3	Концепция управления предприятием, действующем на принципах маркетинга	Ср	8	4	0
	<b>Раздел 2. Стратегический маркетинг</b>	Раздел			
2.1	Методы выбора целевого рынка	Пр	8	4	0
2.2	Методы выбора целевого рынка	Ср	8	4	0
2.3	Организационные подходы к сегментации рынка	Лек	8	2	2
2.4	Организационные подходы к сегментации рынка	Пр	8	4	2
2.5	Организационные подходы к сегментации рынка	Ср	8	2	0
	<b>Раздел 3. Комплекс маркетинга</b>	Раздел			
3.1	Управление товаром	Лек	8	2	0
3.2	Управление товаром	Пр	8	2	0
3.3	Управление товаром	Ср	8	4	0
3.4	Управление ценовой политикой	Лек	8	2	0
3.5	Управление ценовой политикой	Пр	8	2	0
3.6	Управление ценовой политикой	Ср	8	4	0
	<b>Раздел 4. Управление маркетингом</b>	Раздел			
4.1	Управление распределением	Пр	8	2	0
4.2	Управление распределением	Ср	8	4	0
4.3	Управление маркетинговыми коммуникациями	Лек	8	2	2
4.4	Управление маркетинговыми коммуникациями	Пр	8	4	2

4.5	Управление маркетинговыми коммуникациями	Ср	8	2	0
4.6	Организованное построение службы маркетинга на предприятии	Лек	8	2	0
4.7	Организованное построение службы маркетинга на предприятии	Пр	8	4	0
4.8	Организованное построение службы маркетинга на предприятии	Ср	8	4	0
4.9	Оценка, контроль и аудит (ревизия) маркетинга	Лек	8	2	0
4.10	Оценка, контроль и аудит (ревизия) маркетинга	Пр	8	2	0
4.11	Оценка, контроль и аудит (ревизия) маркетинга	Ср	8	2	0
4.12	Экзамен	Экзамен	8	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	под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - Управление маркетингом: учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2015.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114556">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114556</a>	1

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	Крюков А. Ф. - Управление маркетингом: учеб. пособие - Москва: КНОРУС, 2005.		25
Л2.2	Данько Т. П. - Управление маркетингом: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	<a href="http://www.biblio-online.ru/book/8854541A-5C2E-4707-8E94-69B11492EA79">http://www.biblio-online.ru/book/8854541A-5C2E-4707-8E94-69B11492EA79</a>	1
Л2.3	Моисеева Н.К., Конышева М.В. - Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии : учеб. пособие, рек УМО - М.: Финансы и статистика, 2005.		10
Л2.4	под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой - Управление маркетингом: учеб. пособие, доп. МО РФ - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.		10

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

Э1	Энциклопедия маркетинга
Э2	Корпоративный менеджмент
Э3	Федеральный образовательный портал ЭСМ

#### 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	Консультант Плюс
---------	------------------

<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, г. Курск, ул. Радищева, д. 29, 509
7.2	Стол ученический двухместный – 16 шт. Стол офисный однотумбовый прямой 115*67*73 – 1 шт. Стул ученический – 32 шт.
7.3	Стул полумягкий ERA – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Настольная трибуна – 1 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 (DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, переносной ноутбук – Machines EME 510-301 G
7.4	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, г. Курск, ул. Радищева, д. 29, 521. Стол ученический двухместный – 27 шт. Стул ученический – 50 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристал №9 персик 5 этаж каб. №521 – 2 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.5	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.
7.6	Комплект мультимедийных презентаций по отдельным разделам/темам дисциплины: «Позиционирование товара на рынке чая», «История Сбербанка России».

<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
<p>Студентам 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 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.</p> <p>Для текущего контроля знаний в течение учебного семестра предполагается проведение контрольных точек, включающих тестирование по пройденным темам и выполнение практических заданий по пройденному материалу. Применение контрольных точек в качестве формы текущего контроля знаний студентов способствует систематизированию изучаемого материала и формированию у студентов к моменту итогового контроля целостного комплекса теоретических знаний и практических навыков.</p> <p>Итоговая форма контроля - экзамен.</p>	