

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:38:45

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 Маркетинговые методы управления

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Управление организацией

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 5 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	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	60	60	60	60
Контактная работа	60	60	60	60
Сам. работа	84	54	84	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	150	180	150

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 Управление организацией

Составитель(и):

к.э.н., доцент Трубникова В.В.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Ознакомление обучающихся с маркетинговым подходом к управлению, обеспечивающим эффективную организацию деятельности фирм и предприятий
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

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

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

ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

Знать:

методы принятия решений в условиях нестабильной рыночной ситуации

Уметь:

правильно интерпретировать рыночную ситуацию

Владеть:

навыками проведения анализа рыночной ситуации

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:

особенности принятия маркетинговых решений

Уметь:

выбирать методы управления, адекватные рыночной ситуации

Владеть:

навыками выбора маркетинговой стратегии

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Теоретические аспекты маркетингового управления	Раздел			
1.1	Сущность концепции маркетингового управления и ее составляющие	Лек	6	2	2
1.2	Сущность концепции маркетингового управления и ее составляющие	Пр	6	4	2
1.3	Сущность концепции маркетингового управления и ее составляющие	Ср	6	5	0
1.4	Организация деятельности маркетинговой службы в организации. Формирование маркетинговоориентированной компании	Лек	6	2	2

1.5	Организация деятельности маркетинговой службы в организации. Формирование маркетинговоориентированной компании	Пр	6	6	2
1.6	Организация деятельности маркетинговой службы в организации. Формирование маркетинговоориентированной компании	Ср	6	9	0
1.7	Конкуренция и конкурентоспособность. Методы маркетингового анализа	Лек	6	2	0
1.8	Конкуренция и конкурентоспособность. Методы маркетингового анализа	Пр	6	4	0
1.9	Конкуренция и конкурентоспособность. Методы маркетингового анализа	Ср	6	8	0
1.10	Сущность маркетинговых стратегий и стратегий	Лек	6	4	0
1.11	Сущность маркетинговых стратегий и стратегий	Пр	6	4	0
1.12	Сущность маркетинговых стратегий и стратегий	Ср	6	8	0
	Раздел 2. Прикладные аспекты применения маркетинговых методов управления	Раздел			
2.1	Формирование потребительской ценности	Лек	6	4	0
2.2	Формирование потребительской ценности	Пр	6	4	0
2.3	Формирование потребительской ценности	Ср	6	5	0
2.4	Управление комплексом маркетинга	Лек	6	4	0
2.5	Управление комплексом маркетинга	Пр	6	4	0
2.6	Управление комплексом маркетинга	Ср	6	5	0
2.7	Маркетинговое планирование.	Лек	6	2	0
2.8	Маркетинговое планирование.	Пр	6	4	0
2.9	Маркетинговое планирование.	Ср	6	5	0
2.10	Контроль маркетинговой деятельности.	Лек	6	2	0
2.11	Контроль маркетинговой деятельности.	Пр	6	4	0
2.12	Контроль маркетинговой деятельности.	Ср	6	5	0
2.13	Бенчмаркинг	Лек	6	2	2
2.14	Бенчмаркинг	Пр	6	2	2
2.15	Бенчмаркинг	Ср	6	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.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710	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	Акулич И. Л. - Маркетинг взаимоотношений: Учебно-методическое пособие - Минск: Вышэйшая школа, 2010.	http://www.iprbookshop.ru/20085	1
Л2.3	Данченко Л. А. - Маркетинг: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/68D05243-E9BB-454B-91C6-7F6532F365FC	1
Л2.4	Синяева И. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В., Дашков Л. П. - Маркетинг услуг: учебник - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142	1
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional		
7.3.1.2	Microsoft Windows 8.1		
7.3.1.3	MsOffice Professional 2007		
7.3.1.4	Google Chrome		
7.3.1.5	7-Zip		
7.3.1.6	Adobe Acrobat Reader DC		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	СС КонсультантПлюс		

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,
7.2	305000, г. Курск, ул. Радищева, д. 29, 521
7.3	Стол ученический двухместный – 27 шт.
7.4	Стул ученический – 50 шт.
7.5	Доска аудиторная – 1 шт.
7.6	Жалюзи вертикальные (тканевые) Кристал №9 персик 5 этаж каб. №521 – 2 шт.
7.7	Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 (DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, переносной ноутбук – Machines EME 510-301 G
7.8	Учебная аудитория для самостоятельной работы студентов: 305000, г. Курск, ул. Радищева, 29 №303
7.9	Столов – 55
7.10	Посадочных мест – 55
7.11	Компьютеров:
7.12	Для пользователей – 28
7.13	Для библиотекаря – 1
7.14	Оборудование:
7.15	28 Моноблоков - ASUS ET220I All-in-one PC, Intel Core i3-322; NVG T630 1 ГБ, Память 4 ГБ; CPU 3.30 GHz; HDD 1 Tb, DVD-RW
7.16	Видео-кейс «4Р»
7.17	«Организация прямых продаж»

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.