

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Управление продажами			
Направление подготовки/ специальность Образовательная программа (направленность (профиль)) Специализация Уровень образования Курс Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах) Виды учебной деятельности	27.04.05 Инноватика		
	Цифровой маркетинг		
	Цифровой маркетинг		
	высшее образование – магистратура		
	2	семестр	3
	3		
	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		16
	Практические занятия		16
	Лабораторные занятия		
	ВСЕГО		32
Самостоятельная работа, ч		76	
ИТОГО, ч		108	

Вид промежуточной аттестации	зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
------------------------------	--------------	------------------------------	---------------------------------------

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5.4 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
УК(У)-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК(У)-2.В2	Владеет опытом оперативного управления реализацией проекта на всех стадиях его жизненного цикла
		УК(У)-2. У2	Умеет применять теоретические знания, связанные с организацией управления проектами, в том числе в условиях риска и неопределенности
		УК(У)-2. 32	Знает современные подходы к управлению проектами, процессов и функций управления инновационными проектами на разных стадиях жизненного цикла
ПК(У)-1	Способность выбрать (разработать) технологию осуществления (коммерциализации) результатов научного исследования (разработки)	ПК(У)-1.В1	Владеет опытом выбора технологии продвижения продукта в цифровой среде
		ПК(У)-1.У1	Умеет применять технологию продвижения продукта в цифровой среде
		ПК(У)-1.31	Знает основные технологии продвижения продукта в цифровой среде
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
		ПК(У)-13. 32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД 1	Способность руководить инновационными проектами, разрабатывать и реализовывать стратегию развития, способность разрабатывать план и программу продвижения инновационного продукта	УК(У)-2 ПК(У)-1
РД 2	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, выбирать соответствующие методы	УК(У)-2 ПК(У)-1.

	решения, и разрабатывать программу исследования, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития	ПК(У)-13
РД 3	Способность проводить аудит и анализ проектов и бизнес-процессов Оценивать эффективность инвестиций, выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке	ПК(У)-1 ПК(У)-13

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Маркетинг в экономической системе	РД 1	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	24
Раздел 2. Координация и реализация маркетинговых решений	РД 2	Лекции	6
		Практические занятия	6
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	26
Раздел 3. Организация систем сбыта и управление маркетинговыми коммуникациями	РД 3	Лекции	6
		Практические занятия	6
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	26

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Голова, Анна Георгиевна. Управление продажами : учеб. / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — 280 с.. — Библиогр.: с. 276-277. — ISBN 978-5-394- 01975-3. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93527>
2. Голова, А. Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — 280 с. — ISBN 978-5-394-01975-3. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93527>. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/93527/#1>
3. Дрёмова, Ю. Г. Управление продажами: практические ситуации для анализа: учебное пособие / Ю. Г. Дрёмова, А. А. Букова. — Москва: Научный консультант, 2018. — 60 с. — ISBN 978-5-6040573-4-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111833> (дата обращения: 23.10.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Портных, В. В. Стратегия бизнеса : учебное пособие / В. В. Портных. — Москва: Дашков и К, 2017. — 276 с. — ISBN 978-5-394-01961-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93410> (дата обращения: 10.05.2020). — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/93410/#1>
2. Меликян, О. М.. Поведение потребителей [Электронный ресурс] / Меликян О. М. — 4-е, изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 280 с.. — Книга из коллекции Дашков и К —

Экономика и менеджмент. – ISBN 978-5-394-01043-9. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93311> (контент)

3. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие [Электронный ресурс] / Дробышева Л. А. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К, 2017. – 152 с. – Книга из коллекции Дашков и К – Экономика и менеджмент. – ISBN 978-5-394-02732-1. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93471> (контент)

4.2 Информационное и программное обеспечение

Информационно-справочные системы:

1. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>
2. Университетская информационная система Россия – <http://www.cir.ru>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
3. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) – <https://www.biblio-online.ru>
4. НТБ ТПУ – <http://www.lib.tpu.ru>

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice.
3. Cisco Webex Meetings\$
4. Zoom Zoom.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2020 г., очная форма обучения).