

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ШИП
А.А. Осадченко
«30» июля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Направление подготовки/ специальность	38.04.02 Менеджмент		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Экономика и управление на предприятии		
Специализация	Экономика и управление на предприятии		
Уровень образования	высшее образование - магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	6		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	8	
	Практические занятия	16	
	Лабораторные занятия	24	
	ВСЕГО	48	
Самостоятельная работа, ч		168	
ИТОГО, ч		216	

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

Руководитель ООП		Никулина Ирина Евгеньевна
Преподаватель		Сабирова Диана Тагировна

2020 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
ПК(У)-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК(У)-5.B1	Владеет опытом применения инструментов маркетинга для повышения эффективности деятельности предприятия
		ПК(У)-5.U1	Умеет составлять прогнозы направлений движения рынков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности глобальной среды
		ПК(У)-5.31	Знает основы составления маркетинговых программ в соответствие с целями развития предприятия

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 учебного плана образовательной программы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД-1	Знание методологии и технологий современного маркетинга	ПК(У)-5
РД-2	Владение навыками организации конкретного вида деятельности в практике управления маркетинговой деятельностью	ПК(У)-5
РД-3	Владение навыками создания системы контроля и аудита в управлении маркетинговой деятельностью	ПК(У)-5

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Введение	РД-1	Лекции	1
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	18
Раздел 2. Принципы управления маркетинговой деятельностью	РД-2 РД-3	Лекции	1
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	30
Раздел 3. Функции управления маркетинговой деятельностью	РД-1 РД-2 РД-3	Лекции	1
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	30
Раздел 4. Маркетинг в структуре управления предприятием	РД-1 РД-2 РД-3	Лекции	1
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	4

		Самостоятельная работа	30
Раздел 5. Процесс управления маркетинговой деятельностью	РД-1	Лекции	2
	РД-2	Практические занятия	4
	РД-3	Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	30
Раздел 6. Контроль, оценка и аудит маркетинговой деятельности	РД-1	Лекции	2
	РД-2	Практические занятия	4
	РД-3	Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	30

Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Введение

Теоретические основы управления маркетинговой деятельностью. Особенности и виды управления маркетингом. Возможности и угрозы рыночной среды. Тактика управления маркетингом. Модели портфеля продукции. Стратегии роста.

Темы лекций:

1. Теоретические основы управления маркетинговой деятельностью

Темы практических занятий:

1. Игровое занятие «Термины»

Названия лабораторных работ:

1. Разработка стратегии роста компании

Раздел 2. Принципы управления маркетинговой деятельностью

Ценностно-ориентированные принципы управления маркетингом и механизм проявления. Концептуально-регулирующие принципы. Принципы тактического анализа и проектирования. Механизм использования системы принципов управления маркетингом.

Темы лекций:

1. Принципы управления маркетинговой деятельностью

Темы практических занятий:

1. Деловая игра «Жизненный цикл товара»

Названия лабораторных работ:

1. Анализ жизненного цикла товара компании

Раздел 3. Функции управления маркетинговой деятельностью

Классификация функций управления маркетингом. Исследования маркетинга и сбор информации. Планирование ассортимента продукции. Сбыт и реализация. Реклама и стимулирование сбыта.

Стратегия маркетинга и составляющие элементы. Корпоративная миссия. Конкурентные преимущества. Организация бизнеса. Продукция. Рынки. Структурные изменения. Программа развития. Культура и компетентность управления.

Темы лекций:

1. Функции управления маркетинговой деятельностью

Темы практических занятий:

1. Деловая игра «Маркетинговая деятельность фирмы»

Названия лабораторных работ:

1. Формирование конкурентных преимуществ компании

Раздел 4. Маркетинг в структуре управления предприятием

Виды предприятий и особенности их поведения в маркетинговой среде. Маркетинг в

структуре управления предприятием. Организационные структуры служб маркетинга. Анализ и проектирование организационных структур управления маркетингом. Бюджет маркетинга

Темы лекций:

1. Маркетинг в структуре управления предприятием

Темы практических занятий:

1. Деловая игра «Оргструктура»

Названия лабораторных работ:

1. Анализ бюджета маркетинга компании

Раздел 5. Процесс управления маркетинговой деятельностью

Содержание и технология процесса управления маркетингом. Основные элементы технологии управления маркетингом. Методы сбора и обработки информации по управлению маркетингом. Методы анализа информации по управлению маркетингом. Принятие решений в управлении маркетингом.

Темы лекций:

1. Процесс управления маркетинговой деятельностью

Темы практических занятий:

1. Практическое занятие «Потенциал рынка»

Названия лабораторных работ:

1. Анализ потенциала рынка

Раздел 6. Контроль, оценка и аудит маркетинговой деятельности
--

Механизм контроля маркетинговой деятельности. Цель контроля. Содержание системы учета и оценки эффективности маркетинговой деятельности. Формы контроля. Стратегический контроль и аудит маркетинга. Аудит маркетинговой среды. Аудит стратегии маркетинга. Аудит организации службы маркетинга. Аудит системы маркетинга. Аудит результативности маркетинга. Аудит функциональных составляющих маркетинга. Анализ результатов аудиторской проверки.

Темы лекций:

1. Мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия

Темы практических занятий:

1. Деловая игра «Разработка плана аудита маркетинга»

Названия лабораторных работ:

1. Проведение аудита маркетинга компании-конкурента

5. Организация самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины (модуля) предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- Подготовка к лабораторным работам, к практическим и семинарским занятиям;
- Исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- Анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме;

- Подготовка к оценивающим мероприятиям.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Джикович, Ю. В. Практический маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Джикович, А. А. Арефьева, Е. Е. Вольнов ; под редакцией Г. С. Никифорова. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-8114-3637-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/116375> (дата обращения: 29.04.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Цахаев, Р. К.. Маркетинг : учебник [Электронный ресурс] / Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В.. — 3-е изд.. — Москва: Дашков и К, 2017. — 552 с.. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению подготовки “Экономика”. — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02746-8. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93523> (контент)
3. Котлер, Филипп. Маркетинг менеджмент : учебник : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — 12-е изд.. — Санкт-Петербург: Питер, 2012. — 816 с.
4. Горнштейн, М. Ю.. Современный маркетинг : монография [Электронный ресурс] / Горнштейн М. Ю.. — Москва: Дашков и К, 2017. — 404 с.. — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02909-7. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/103736> (контент)

Дополнительная литература:

1. Морозов, Ю. В.. Основы маркетинга : учебное пособие [Электронный ресурс] / Морозов Ю. В.. — 8-е изд.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 148 с.. — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02156-5. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93309> (контент)
2. Романов, А. А.. Маркетинг [Электронный ресурс] / Романов А. А., Басенко В. П., Жуков Б. М.. — Москва: Дашков и К, 2016. — 440 с.. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по группе специальностей «Экономика и управление». — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. — ISBN 978-5-394-01311-9. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93316> (контент)
3. Ким, С. А.. Маркетинг : учебник [Электронный ресурс] / Ким С. А.. — Москва: Дашков и К, 2017. — 260 с.. — Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика и управление». — Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. — ISBN 978-5-394-02014-8. Схема доступа: <https://e.lanbook.com/book/93392> (контент)

6.2. Информационное и программное обеспечение

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Электронно-библиотечная система «Лань» - <https://e.lanbook.com>
2. Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM» - <https://new.znanium.com>
3. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - <https://urait.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>

5. База данных Web of Science – www.webofknowledge.com
6. База данных Scopus – <https://www.scopus.com/home.url>
7. Информационно-справочная система КОДЕКС – <https://kodeks.ru>
8. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru>
9. Энциклопедия маркетинга – <http://marketing.spb.ru/>
10. Административно-управленческий портал – <http://www.aup.ru>

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ): Cisco Webex Meetings; Document Foundation LibreOffice; Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic; Google Chrome; Mozilla Firefox ESR; Zoom Zoom

7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 368	Доска аудиторная поворотная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 14 посадочных мест; Принтер - 3 шт.; Проектор - 2 шт.; Компьютер - 16 шт.
2.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 369	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 70 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.; Проектор - 1 шт.
3.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Усова улица, 7, строен. 6, 109	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 30 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.; Проектор - 1 шт.
4.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 634034, Томская область, г. Томск, Белинского улица, 53а, 365	Комплект учебной мебели на 26 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 38.04.02 Менеджмент, специализация «Экономика и управление на предприятии» (приема 2020 г., очная форма обучения).

Разработчик:

Должность	ФИО
Доцент	Антонова И.С.

Программа одобрена на заседании школы инженерного предпринимательства (протокол от 29.06.2020 г. №3).

Директор
Школы инженерного предпринимательства

 /А. А. Осадченко/
подпись