

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.10.2024 23:04:32
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Менеджмента и региональной экономики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Л.И. Задорожная
« _____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.В.02 Управление маркетингом

по направлению подготовки

38.04.02 Менеджмент

по профилю подготовки

Менеджмент и маркетинг

(специализации)

квалификация (степень)

выпускника

магистр

форма обучения

очная, очно-заочная, заочная

год начала подготовки

2024

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

Составитель рабочей программы:

Ст. преподаватель кафедры
менеджмента и региональной экономики



(подпись)

Хажгериева
Анастасия
Александровна

(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является раскрытие принципов и методов маркетингового управления компанией, принятия стратегических и тактических решений в рамках понимания управления маркетингом: как современной управленческой концепции, управления важнейшей функцией компании, управления спросом на основе создания ценностей и активного формирования рынка для компании.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- сформировать знания, умения и навыки подготовки и принятия стратегических маркетинговых решений на корпоративном уровне, по выбору целевых рынков и позиционированию;
- научить основным подходам и сформировать базовые навыки управления маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровне и обоснованию предложений по совершенствованию управления маркетингом с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;
- раскрыть особенности управления маркетингом разнообразных типов учреждений, организаций и предприятий различных сфер деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

В данном курсе раскрывается концепция управления маркетингом как современная философия бизнеса; рассматриваются примеры применения принципов и методов организации и управления маркетинговой деятельностью в различных отраслях и сферах; рассматривается опыт зарубежных компаний, сопоставляется российская и иностранная практика управления маркетингом в компаниях, обсуждаются проблемы и перспективы сотрудничества российских и иностранных компаний. Предмет изучения дисциплины— это принципы, инструменты, элементы, формы и методы управления маркетингом в различных сферах и отраслях экономики, а также методология процессов принятия стратегических и тактических маркетинговых решений в условиях функционирования рынка товаров и услуг.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе освоения дисциплины у магистранта формируются следующие компетенции:

ПКУВ - 4 Способен осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации

ПКУВ - 4.1 Формирование маркетинговой стратегии организации

ПКУВ - 4.2 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации

В результате освоения дисциплины магистр должен:

знать: основные теоретические и методологические положения концепции маркетингового управления компанией (ПКУВ - 4.1; ПКУВ - 4.2);

уметь: использовать современные технологии, методические приёмы и процедуры разработки и принятия маркетинговых решений, организации маркетинговой деятельности; использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПКУВ - 4.1; ПКУВ - 4.2);

владеть: навыками подготовки организационно-экономического обоснования принимаемых маркетинговых решений; методами экономического и стратегического

анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПКУВ - 4.1; ПКУВ - 4.2)

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		3	4
Контактные часы (всего)	37,85/1,05	37,85/1,05	
В том числе:			
Лекции (Л)	9/0,25	9/0,25	
Практические занятия (ПЗ)	27/0,75	27/0,75	
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,01	0,35/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	1,5/0,04	1,5/0,04	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	35,65/0,99	35,65/0,99	
В том числе:			
Расчетно-графические работы			
Реферат	18/0,5	18/0,5	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
Составление эссе	17,65/0,49	17,65/0,49	
Контроль (всего)	35,65/0,99	35,65/0,99	
Форма промежуточной аттестации: (экзамен)	35,65/0,99	35,65/0,99	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	108/3	108/3	

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		3	4
Контактные часы (всего)	13,85/0,38	13,85/0,38	
В том числе:			
Лекции (Л)	4/0,11	4/0,11	
Практические занятия (ПЗ)	8/0,22	8/0,22	
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,01	0,35/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	1,5/0,04	1,5/0,04	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	85,5/2,38	85,5/2,38	
В том числе:			
Расчетно-графические работы			
Реферат	42/1,17	42/1,17	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
Составление эссе	43,5/1,21	43,5/1,21	
Контроль (всего)	8,65/0,24	8,65/0,24	
Форма промежуточной аттестации: (экзамен)	8,65/0,24	8,65/0,24	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	108/3	108/3	

4.3. Объем дисциплины и виды учебной работы по очно-заочной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		3	4
Контактные часы (всего)	37,85/1,05	37,85/1,05	
В том числе:			
Лекции (Л)	9/0,25	9/0,25	
Практические занятия (ПЗ)	27/0,75	27/0,75	
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,01	0,35/0,01	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	1,5/0,04	1,5/0,04	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	34,5 /0,96	34,5 /0,96	
В том числе:			
Расчетно-графические работы			
Реферат	17/0,47	17/0,47	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
Составление эссе	17,5/0,49	17,5/0,49	
Контроль (всего)	35,65/0,99	35,65/0,99	
Форма промежуточной аттестации: (экзамен)	35,65/0,99	35,65/0,99	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	108/3	108/3	

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)							Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	С/ПЗ	ЛР	КРАТ	СРП	Контроль	СРС	
1.		1-2	2	6					4	Обсуждение докладов
2.		3-4	2	6					4	Блиц-опрос
3.		5-6	2	6					4	Тестирование
4.		7-8	2	6					4	Блиц-опрос
5.		9-10	2	6					4	Тестирование
6.		11-12	2	6					4	Обсуждение докладов

7.										
8.									+	экзамен
9.	ИТОГО		12	36		0,35			24	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)						
			Л	С/ПЗ	ЛР	КРАТ	СРП	Контроль	СРС
1.		1	0,5	1					14
2.		2-3	1	2					14
3.		4-5	1	2					14
4.		6-7	0,5	1					14
5.		8	0,5	1					15
6.		9	0,5	1					16
7.		-	-	-	-				+
8.									
9.	ИТОГО		4	8		0,35		35,65	87

5.3 Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)							Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточ ной аттестации (по семестрам)
			Л	С/ПЗ	ЛР	КРАТ	СРП	Контроль	СРС	
1.		1	2	4					5	Обсуждение сообщений, анализ ситуаций
2.		2-3	2	4					5	Обсуждение сообщений, анализ ситуаций
3.		4-5	2	4					5	Обсуждение сообщений, анализ ситуаций
4.		6-7	2	4					6	Обсуждение сообщений, анализ ситуаций
5.		8	3	6					6	Обсуждение сообщений, анализ ситуаций
6.		9	2	4					6	Тестирование
7.			-	-					+	экзамен
8.										
9.	ИТОГО		13	26		0,35		35,65	33	

5.2. Содержание разделов дисциплины «Маркетинг - менеджмент», образовательные технологии
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкос ть (часы / зач. ед.)	Содержание	Формиру емые компете нции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовате льные технологии
Тема 1.	Маркетинг как управленческая концепция	2/0,05	Управление маркетинговой деятельностью предприятия. Сущность и механизм управления маркетингом. Этапы процесса управления маркетингом. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием. Модели маркетинга в стратегическом управлении. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7	Знать: систему управления маркетингом и сущность маркетинговых технологий. Уметь: использовать формы и методы маркетингового управления для успешной реализации маркетинговых проектов. Владеть: навыками экономического, социального и информационного обоснования концепции управления маркетинговой деятельностью предприятия.	Слайд- лекции
Тема 2.	Управление	2/0,05	Портфельные стратегии. Матрица Бостонской	ОК-2, ПК-5/	Знать: модели,	Лекция-

	маркетингом на корпоративном уровне		консалтинговой группы. Модель «Джи-и-Макиинзи». Модель «Анализ закрепления». Модель «Анализ приверженности». Матрица «Покупатель-продавец». Сущность и специфика стратегий роста на корпоративном уровне. Матрицы И. Ансоффа. Матрица внешних приобретений. Новая матрица Бостонской консалтинговой группы. Конкурентные стратегии. Модель конкурентных сил М. Портера. Модель реакции конкурентов. Бенчмаркетинг как анализ конкурентоспособности предприятия. Конкурентные преимущества предприятия. Анализ текущего положения стратегического хозяйственного подразделения. Структура обобщенного алгоритма комплексного использования маркетинговых моделей. Комплексное использование маркетинговых моделей.	ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7	матрицы роста и стратегии управления на корпоративном уровне. Уметь: анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг. Владеть: навыками проведения портфельного анализа для оценки состояния и прогноза развития предприятия.	визуализация
Тема 3.	Управление маркетингом на функциональном уровне	2/0,05	Организация управления на функциональном уровне. Сегментация рынка и диагностика конкурентной среды в системе маркетинга. Метод сегментации рынка по выгодам. Метод построения сетки сегментации. Метод многомерной классификации. Метод группировок. Метод функциональных карт. Выбор целевых сегментов. Оценка наиболее привлекательных для субъекта рынка сегментов. Анализ сегмента рынка: требования к сегменту, измерение спроса.	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7	Знать: методологию выбора целевого рынка; позиционирование и разработку инструментов комплекса маркетинга в нем. Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю	Лекции-беседы

			<p>Покупательское поведение. Модели представления покупательского поведения. Позиционирование товара как функция стратегического маркетинга. Этапы и критерии позиционирования. Позиционирование и репозиционирование продукции. Элементы комплекса маркетинга: товар, цена, распределение, продвижение. Разработка комплекса маркетинга.</p>		<p>маркетинговую среду и оценивать их влияние на деятельность предприятия.</p> <p>Владеть: технологией сегментирования для выбора целевого рынка, позиционирования и репозиционирования</p>	
Тема 4.	Управление маркетингом на инструментальном уровне	2/0,05	<p>Управление товаром. Мультиатрибутивная модель товара. Управление жизненным циклом продукта. Обеспечение конкурентоспособности товара. Создание нового товара. Управление ценой. Разработка ценовой стратегии фирмы. Факторы, влияющие на политику цен предприятия. Управление каналами распределения. Проблемы управления каналом: отбор и мотивирование участников каналов, оценка и контроль их деятельности. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами.</p>	<p>ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7</p>	<p>Знать: принципы совершенствования продуктовой, ценовой политики предприятия, политики сбыта и продвижения.</p> <p>Уметь: использовать результаты маркетингового анализа для обоснования управленческих решений.</p> <p>Владеть: методами разработки и обоснования приоритетных стратегий на</p>	Проблемные лекции

					корпоративном, функциональном и инструментальном уровне управления Маркетингом.	
Тема 5.	Организация управления маркетингом	2/0,05	Функциональные связи маркетинга на предприятии. Функциональная организационная структура отдела маркетинга. Задачи системы маркетинга на предприятии. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Формирование маркетингового бюджета. Контроль, оценка и аудит маркетинга. Подходы к построению структуры службы маркетинга на предприятии. Оптимальная структура службы маркетинга.	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7	Знать: систему управления и контроля маркетинговой деятельности предприятия. Уметь: организовать работу службы маркетинга и координировать ее с деятельностью других служб. Владеть: методами разработки стратегических и тактических планов маркетинга, маркетинговых программ.	Слайд-лекции
Тема 6.	Особенности управления маркетингом в различных сферах и отраслях	2/0,05	Управление маркетингом на промышленных предприятиях. Особенности управления маркетингом в агропромышленном комплексе, в сфере услуг, в сфере обращения. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов. Управление маркетингом во внешнеэкономической	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7	Знать: особенности управления маркетинговой деятельностью в различных отраслях. Уметь: осуществлять	Слайд-лекции

			деятельности.		<p>выбор оптимальной стратегии для фирмы, исходя из анализа сложившейся обстановки и конъюнктуры рынка в конкретной сфере деятельности.</p> <p>Владеть: навыками организации маркетинговой деятельности на предприятиях различных сфер деятельности.</p>	
	Итого	12/0,33				

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.
1.	Маркетинг как управленческая концепция	Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.	4/0,11
2.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	Портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия Маркетинговые решения по развитию стратегических направлений развития бизнеса.	4/0,11
3.	Управление маркетингом на функциональном уровне	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Маркетинговые решения по целевым рынкам и позиционированию.	4/0,11
4.	Управление маркетингом на инструментальном уровне	Управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами. Маркетинговые решения по обоснованию конкурентных преимуществ компании на рынке.	4/0,11
5.	Организация управления маркетингом	Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование Маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга.	4/0,11
6.	Особенности управления маркетингом в различных сферах и отраслях	Особенности управления маркетингом в оптовой и розничной торговле. Особенности маркетинга в политической сфере.	4/0,11
	Итого		24/0,66

5.5 Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Объем в часах / трудоемкость в з.е.
-	-	-	-

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

1. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия.

2. Влияние конъюнктуры рынка на маркетинговую деятельность предприятия
3. Комплексное исследование конкретного рынка и использование его результатов в укреплении позиций предприятия на рынке
4. Сегментация рынка как инструмент укрепления рыночной позиции предприятия
5. Выбор целевых рыночных сегментов.
6. Позиционирование продукции предприятия на рынке.
7. Совершенствование системы управления маркетингом на предприятии.
8. Анализ рыночных возможностей предприятия.
9. Стратегическое маркетинговое планирование на предприятии.
10. Разработка программы маркетинга предприятия.
11. Совершенствование системы маркетингового контроля на предприятии.
12. Организация службы маркетинга на предприятии.
13. Разработка стратегии маркетинга предприятия.
14. Совершенствование комплекса маркетинга предприятия.
15. Повышение конкурентоспособности продукции предприятия.
16. Международный маркетинг как инструмент повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия
17. Организация маркетинговой деятельности в сфере услуг.
18. Идентификация рыночных сегментов и выбор целевых рынков.
19. Разработка новых рыночных предложений.
20. Разработка стратегии и программ ценообразования на предприятии.
21. Маркетинговые стратегии конкурентной борьбы.
22. Реализация маркетинговой стратегии и управление переменами в маркетинговой деятельности.
23. Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований.
24. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга.

5.7. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.
1.	Методологические основы современной системы управления маркетингом предприятия.	Написание реферата	2 неделя	6/0,17
2.	Стратегические бизнес-единицы и процесс портфельного анализа фирмы. Современные конкурентные стратегии бизнес-единиц	Выполнение ситуационных заданий, составление эссе	4 неделя	6/0,17
3.	Подготовка решений по позиционированию товаров предприятия.	Написание реферата	6 неделя	6/0,17
4.	Подготовка маркетинговых решений по развитию товарной программы предприятия.	Выполнение ситуационных	8 неделя	6/0,17

		заданий		
5.	Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов	Решение тестовых заданий	10 неделя	6/0,17
6.	Специфика и отличительные характеристики основных видов структур служб маркетинга отраслевого предприятия	Составление эссе	12 неделя	6/0,17
7.	Выполнение курсовой работы		В течение семестра	36/1
	Итого			72/2

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

1. Чудесова, Н.Н. Лекции по курсу «Риск-менеджмент» [Электронный ресурс] / Н.Н. Чудесова. – Майкоп: Магарин О.Г., 2013. – 23 с. - Режим доступа: <http://lib.mkgstu.ru:8002/libdata.php?id=2100002282>

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.А. Дробышева. - М.: Дашков и К, 2013. - 152 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415015>
2. Стратегический маркетинг для магистров [Электронный ресурс]: учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2016. - 354 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=505690>
3. Титова, В.А. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Титова В.А., Цой М.Е., Мамонова Е.В. - Новосибирск: НГТУ, 2013. - 470 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=557122>
4. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Морозов; под ред. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. - М.: Дашков и К, 2012. - 448 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415400>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг-менеджмент»

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)	Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения ОП
ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	
1	Управленческая экономика
2	Управленческое консультирование
2	Аутстаффинг
2	Производственная практика
2	Технологическая практика
3	Маркетинг-менеджмент
3	Педагогика и психология высшей школы
3	Психология конфликтного поведения
ПК-5 Владеть методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	
1	Управленческая экономика
2	Современный стратегический анализ
2	Методы социально-экономического прогнозирования и планирования
2	Стратегическое планирование
2	Производственная практика
2	Технологическая практика
3	Маркетинг-менеджмент
4	Преддипломная практика для выполнения ВКР
1-4	Научно-исследовательская работа
4	Государственная итоговая аттестация

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
ОК-2 Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения					
знать: роли, функции и задачи менеджера в современной организации; виды управленческих решений и методы их принятия	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, составление эссе, рефераты, зачет
уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; диагностировать социальные, этические проблемы в организации и применять основные модели принятия социальных, этических управленческих решений	Частичные умения	Неполные умения	Учения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

владеть: навыками целостного подхода к анализу проблем организации; методами и технологиями принятия и реализации управленческих решений	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПК-5 Владеть методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде					
знать: содержание ключевых понятий международного менеджмента («зарубежная деятельность», «контракт», «глобальный менеджер», «зарубежный филиал», «организация обслуживания рабочих мест», «новые технологии», «индивидуальные формы обслуживания»), основные подходы понимания и описания поведения человека в процессе зарубежной деятельности; социальное значение общения, взаимосвязь общения в трудовой деятельности, механизмы действия и способы проявления законов и закономерностей в различных типах межличностных отношений	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	контрольная работа, составление эссе, рефераты, зачет
уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные со стратегическим анализом поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию	Частичные умения	Неполные умения	Учения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

владеть: навыками анализа различных социальных феноменов, прогнозирования и управления процессами, методами инвестиционного анализа и анализа рынков, методами управления операциями, навыками деловых коммуникаций	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
--	-----------------------------	--------------------------------------	--	---	--

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы для написания рефератов

1. Методологические основы современной системы управления маркетингом предприятия.
2. Подготовка решений по позиционированию товаров предприятия.

Темы для написания эссе

1. Современные конкурентные стратегии бизнес-единиц.
2. Специфика и отличительные характеристики основных видов структур служб маркетинга отраслевого предприятия

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

1. Назовите и охарактеризуйте основные подходы управления маркетингом.
2. Научные концепции управления маркетингом и целесообразность их использования в управлении предприятием.
3. Охарактеризуйте маркетинг нового тысячелетия. Дайте определение современного маркетинга, как маркетингового управления.
4. Что такое интегрированный маркетинг? Охарактеризуйте два его основных уровня.
5. Основные эволюционные этапы развития теории и практики маркетинга.
6. Назовите и охарактеризуйте основные функции маркетинга предприятия.
7. Системный подход в управлении маркетингом, его основные элементы. Дать определение маркетинговой системы и ее основных характеристик.
8. Стратегическое планирование, его основные цели и задачи; основные этапы процесса стратегического планирования.
9. Охарактеризуйте основные уровни стратегического планирования маркетинга.
10. Понятие «Стратегическая бизнес-единица» и ее роль в стратегическом планировании маркетинга.
11. Анализ и оценка внешней и внутренней сред маркетинга. Метод SWOT, его применение в стратегическом планировании.
12. Миссия предприятия и ее роль в корпоративном планировании маркетинга.
13. Назовите и кратко охарактеризуйте основные модели корпоративного планирования: матрица БКГ и мультифакторная матрица General Electric.
14. Назначение модели БКГ. Каковы основные стратегические альтернативы модели БКГ?
15. Назначение модели General Electric. Каковы ее стратегические альтернативы?
16. Какие Вы знаете стратегии увеличения продаж? Матрица Анзофа и ее назначение.
17. Стратегическое планирование бизнес-единицы: модель конкурентоспособности Майкла Портера.
18. Охарактеризуйте основные этапы планирования стратегической бизнес-единицы-СБЕ.
19. Маркетинговый план: его основные этапы, состав и структура.
20. Основные типы организационных структур управления маркетингом. Дать определение организационной структуры управления маркетингом.
21. Назовите основные характеристики функциональной и товарно-функциональной структур управления маркетингом. Приведите пример использования.
22. Роль службы маркетинга на предприятии. Когда применяются товарная и товарно-рыночная структуры управления службой маркетинга?

Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Маркетинговый подход в деятельности организации
2. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений
3. Управление маркетингом на корпоративном уровне
4. Управление маркетингом на функциональном уровне
5. Управление маркетингом на инструментальном уровне
6. Конкурентные стратегии
7. Портфельные стратегии
8. Конкурентные преимущества предприятия
9. Сегментация рынка
10. Функциональные связи маркетинга на предприятии
11. Разработка комплекса маркетинга
12. Управление каналами распределения
13. Управление товаром
14. Позиционирование и репозиционирование продукции
15. Стратегии роста
16. Управление ценой
17. Последовательность разработки планов
18. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами
19. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм
20. Стратегическое планирование маркетинга на предприятии
21. Оперативное планирование и бюджет маркетинга
22. Контроль, оценка и аудит маркетинга
23. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга
24. Выбор целевых сегментов
25. Особенности управления маркетингом в различных сферах и отраслях

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Продукт самостоятельной работы магистранта, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;
- обоснованность выбора источника;
- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
«хорошо»	Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования к написанию эссе

Средство, позволяющее оценить умение магистранта письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Требования к оформлению эссе

1. Текст должен отражать позицию автора по какому-либо актуальному вопросу (проблеме). Автор должен высказать свою точку зрения и сформировать непротиворечивую систему аргументов, обосновывающих предпочтительность выбранной позиции.
2. В тексте должно быть продемонстрировано владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, знание общепринятых научных концепций в заданной предметной области, понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета.
3. Текст должен быть завершённым и четко структурированным, посвященным строго заданной выбранной темой проблематике.
4. Стилизовое решение, структурная организация текста, лексика должны соответствовать заданной тематике и поставленной автором задаче.
5. Объём – не более 7 стр., шрифт Times New Roman прямого начертания, кегль (размер) шрифта 14, междустрочный интервал – полуторный.

Критерии оценивания эссе:

«отлично»	Выполнены все требования к написанию эссе: владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией, знание общепринятых научных концепций в заданной предметной области, понимание современных тенденций и проблем в исследовании предмета; представление собственной точки зрения (позиции, отношения) при раскрытии проблемы; раскрытие проблемы на теоретическом уровне или на бытовом уровне, с использованием научных понятий в контексте раскрытия темы эссе, аргументация своей позиции с опорой на научные концепции, факты, соблюдены требования к внешнему оформлению эссе.
«хорошо»	Основные требования к эссе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём; имеются недостатки в оформлении.
«удовлетворительно»	Имеются существенные отступления от требований к эссе. В частности: тема освещена лишь частично; анализ проблемы не полный, отсутствуют выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме, концепции и аналитический инструментарий использованы в недостаточном объеме
«неудовлетворительно»	Тема эссе не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к курсовой работе

Курсовая работа по дисциплине должна отражать проблемные вопросы и современные достижения отечественной и зарубежной практики.

Материалы и содержание курсовой работы должны основываться на теоретических положениях и фактических материалах, исходить из реальной действительности и практики. Она должна свидетельствовать об умении автора исследовать проблемы по теме курсовой работы, формулировать и аргументировано обосновывать выдвигаемые положения и тезисы, делать обобщающие выводы и заключения, обосновывать практические рекомендации. Курсовое исследование – творческий труд, результатом которого может быть и нетрадиционный, оригинальный взгляд на поставленную проблему, исследование которой может привести к неожиданным открытиям. В процессе выполнения курсовой работы обучающийся проявляет свою научно-исследовательскую зрелость, готовность к практическому применению приобретенных знаний, квалифицированному решению профессиональных проблем.

Выполнение курсовой работы осуществляется под непосредственным контролем руководителя. После завершения работы обучающийся сдает ее на кафедру. Руководитель определяет ее соответствие требованиям и дает свое заключение о возможности допустить ее к защите. Далее устанавливается дата и время ее защиты. При выставлении оценки за курсовую работу учитываются следующие факторы:

- объем и качество выполнения курсовой работы;
 - оригинальность и самостоятельность решения поставленных задач;
 - глубина знаний по выбранной теме;
 - умение излагать результаты, объяснять источники данных, ориентироваться в законодательных и нормативных документах по данной теме;
- способность обосновывать и защищать принятые решения, отвечать на заданные при защите вопросы как теоретического, так и практического характера.

Показатели и критерии выставления оценок при защите курсовой работы

Показатель оценки	Элемент показателя оценки	Критерии выставления оценки			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Концепция	Актуальность	Цель, задачи, предмет и объект исследования не сформулированы.	Неверно сформулированы цель, задачи, предмет и объект исследования.	Имеются неточности при формулировке целей, задач, предмета и объекта исследования.	Тема актуальна, соответствует современному состоянию науки и техники, направлена на решение проблем предприятия и его развитие в современных условиях, адекватно сформулированы цель, задачи, предмет и объект исследования.
	Обоснованность	Отсутствует какое-либо обоснование решения задачи работы.	Концепция решения задачи (проблемы) проработана на уровне предположений, не полностью отражает тему работы. Собственная позиция обучающегося по вопросам рассматриваемому кругу вопросов просматривается.	Концепция решения задачи (проблемы) в основном обоснована и отражает тему работы. Собственная позиция обучающегося по рассматриваемому кругу вопросов просматривается слабо.	Концепция решения задачи (проблемы) имеет ясное логическое обоснование, которое основывается на анализе уровня развития предприятия и отрасли в целом. Просматривается собственная позиция обучающегося по рассматриваемому кругу вопросов.
	Глубина изученности задачи (проблемы)	Проблема не изучена.	Низкая степень глубины изученности задачи работы (проблемы) на основе простой констатации фактов.	Средняя степень глубины изученности задачи работы (проблемы) на основе поверхностно проведенного анализа факторов и явлений.	Высокая степень глубины изученности задачи работы (проблемы) на основе проведенного анализа причинно-следственных связей, факторов и явлений.
	Полнота изученности задачи	При изучении задачи работы (проблемы) использовались	Низкая степень полноты изученности задачи работы (проблемы) на	Средняя степень полноты изученности задачи работы (проблемы) на	Высокая степень полноты изученности задачи работы (проблемы) на основе

	(проблемы)	неактуальные неофициальные источники из сети Интернет.	основе только отечественных источников. Нормативные документы изучены недостаточно.	(проблемы) на основе отечественных источников, нормативных документов, лучшего опыта.	отечественных и зарубежных источников, нормативных документов, лучшего опыта.
Выполнение	Системность раскрытия темы	Последовательность и содержание не отражают концепцию работы.	Последовательность и содержание слабо отражают концепцию работы. Структурные элементы работы несбалансированы, отсутствует логическая связь между разделами пояснительной записки.	Концепция работы развернута. Отсутствует логическая связь между некоторыми разделами работы.	Концепция работы системно развернута и структурирована. Последовательность и содержание работы имеют внутреннее единство.
	Аргументация решений и методов	Отсутствует какая-либо аргументация решений и методов.	В работе не отражены современный уровень и тенденции отрасли. Предлагаемые решения и методы трудно реализуемы в условиях конкретной организации. Выводы слабо аргументированы.	В работе не в полной мере отражены современный уровень и тенденции отрасли. Большинство предлагаемых решений и методов логически обоснованы с учетом поставленных целей и задач в конкретной организации. Большинство выводов аргументированы.	В работе в полной мере отражены современный уровень и тенденции отрасли. Все предлагаемые решения и методы логически обоснованы с учетом поставленных целей и задач в конкретной организации. Все выводы аргументированы.
	Новизна решений и методов	Отсутствуют какие-либо признаки адекватных решений и	Используемые проектные управленческие, экономические решения и методы в основном типовые.	Имеются признаки новизны в проектных управленческих, экономических решениях и методах.	Имеются оригинальные проектные управленческие, экономические решения и методы.

		методов.			
	Стиль и язык изложения	В тексте имеются грубые нарушения орфографии, пунктуации, изложения разговорный.	В тексте имеют место обороты разговорной речи, имеются орфографические и пунктуационные ошибки.	Текст в основном выдержан в научно-техническом стиле, в тексте отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки.	Текст выдержан в научно-техническом стиле, в тексте отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки.
	Оформление	В оформлении работы допущены грубые нарушения требований соответствующих методических указаний.	В оформлении работы допущены нарушения требований соответствующих методических указаний.	Оформление работы в основном соответствует требованиям методических указаний.	Оформление работы соответствует требованиям методических указаний. Работы оформлена с соблюдением национальных стандартов.
Результаты	Соответствие поставленным целям	Результаты достигнуты.	Результаты достигнуты наполовину, причинно-следственные связи просматриваются слабо. Имеются ошибки в терминологии, процедурные ошибки, необоснованность и неактуальность ссылок на нормативные документы.	Большинство результатов соответствуют поставленным целям, между полученными результатами и целями прослеживаются причинно-следственные связи. Некоторые предложенные решения трудны для восприятия, методы трудоемки. Имеются отдельные терминологические неточности, некоторые	Результаты соответствуют поставленным целям. Имеются ясные причинно-следственные связи между целями и полученными результатами. Предложенные решения и методы отражают проблемы предприятия, отраслевую специфику, лучший опыт. Все ссылки на нормативные документы обоснованы и актуальны.

				ссылки на нормативные документы недостаточно обоснованы и актуальны.	
Оценка рецензента	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	
Готовность к профессиональной деятельности	Отсутствует готовность профессиональной деятельности.	Продemonстрирована недостаточная готовность к профессиональной деятельности.	Продemonстрирована частичная готовность к профессиональной деятельности.	Продemonстрирована полная готовность к профессиональной деятельности.	
Доклад и презентация	Доклад и презентация не структурированы и не отражают результаты. Презентация сопровождается чтением текста слайдов. Регламент доклада соблюдается.	Доклад и презентация слабо структурированы, неполно отражают содержание задачи (проблемы) и полученные результаты. Обучающийся демонстрирует слабые знания по теме работы, слабо ориентируется в представленном материале. Презентация сопровождается чтением текста слайдов. Регламент доклада не соблюдается.	Доклад и презентация в основном отражают содержание задачи (проблемы), пути ее решения и полученные результаты. Обучающийся демонстрирует недостаточно глубокие знания по теме работы, слабо ориентируется в материале. Регламент доклада соблюдается.	Доклад и презентация полностью отражают содержание задачи (проблемы), пути ее решения и полученные результаты. Обучающийся демонстрирует профессиональный уровень владения материалом, глубокие знания по теме работы, владение теорией и практикой изучаемого вопроса. Речь обучающегося грамотная, убедительная. Регламент доклада соблюдается.	
Ответы на вопросы	Нет ответов.	В ответах допущены ошибки, неточности. Правильные ответы даны только при наводящих вопросах.	На отдельные вопросы даны неполные ответы.	Ответы на вопросы полные и точные.	

Критерии оценки знаний на экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса. Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов. Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - магистрант глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - магистрант твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - магистрант усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - магистрант не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Кукушкина, В.В. Антикризисный менеджмент [Электронный ресурс]: монография / В.В. Кукушкина. - М.: Инфра-М, 2017. - 328 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=600363>
2. Антикризисное управление организацией [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ Г.Д. Антонов и др. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 142 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511218>

8.2 Литература для самостоятельной работы

1. Зуб, А.Т. Антикризисное управление организацией [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Т. Зуб, Е.М. Панина. - М.: ФОРУМ: Инфра-М, 2014. - 256 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=437639>
2. Орехов, В.И. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.И. Орехов, К.В. Балдин, Т.Р. Орехова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 268 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=407263>
3. Арсенова, Е.В. Зарубежная практика антикризисного управления [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова, А.Н. Ряховская. - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2016. - 272 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518458>
4. Ряховская, А.Н. Совершенствование методов антикризисной реструктуризации градообразующих организаций в муниципальных образованиях [Электронный ресурс]: монография / А.Н. Ряховская, С.Е. Кован. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 187 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514510>
5. Трансформация антикризисного управления в современных экономических условиях [Электронный ресурс]: монография/ В.Н. Алферов и др. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 157 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=538231>
6. Ряховская, А.Н. Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса [Электронный ресурс]: монография/ А.Н. Ряховская, С.Е. Кован. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 169 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514509>
7. Ряховская, А.Н. Теория антикризисного менеджмента [Электронный ресурс]: учебник/ А.Н. Ряховская - М.: Магистр, ИНФРА-М, 2015. - 624 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=504884>
8. Згонник, Л. В. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: учебник / Л. В. Згонник. — М.: Дашков и К, 2015. — 208 с. - ЭБС «Znanium. com.» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513264>

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgту.ru/>
- Официальный сайт Правительства Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.government.ru>
- Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
- Научная электронная библиотека www.elibrary.ru – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: <http://lib.mkgту.ru:8004/catalog/fol2;>
- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируе мые компетен ции/ трудовые функции
Маркетинг как управленческая концепция	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7
Управление маркетингом на корпоративном уровне	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7
Управление маркетингом на функциональном уровне	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7
Управление маркетингом на инструментальном уровне	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7
Организация	Лекция,	Аудиторная	Устная	ОК-2,

управления маркетингом	конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7
Особенности управления маркетингом в различных сферах и отраслях	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ОК-2, ПК-5/ ПС1: С/01.7 ПС2: D/01.7 D/02.7

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:

1. Операционная система на базе Linux;
2. Офисный пакет Open Office;
3. Графический пакет Gimp;
4. Векторный редактор Inkscape;
5. Тестовая система на базе Moodle
6. Тестовая система собственной разработки, правообладатель ФГБОУ ВО «МГТУ», свидетельство №2013617338.

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30. Аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30. Компьютерный класс: № ауд. 5-23 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30.	Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет	свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Операционная система на базе Linux; 2. Офисный пакет Open Office; 3. Графический пакет Gimp; 4. Векторный редактор Inkscape; 5. Антивирусные программы: Kaspersky Endpoint Security - № лицензии 17E0-160128-131746-407-72. Количество: 400 рабочих мест. Срок действия 1 год.
Помещения для самостоятельной работы		
Учебные аудитории для самостоятельной работы: № ауд. 5-22, 5-21 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30. В качестве помещений для самостоятельной работы: компьютерный класс № ауд. 5-23 адрес: г. Майкоп, ул. Жуковского 30, читальный зал: ул. Первомайская, 191, 3 этаж.	Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет	свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Операционная система на базе Linux; 2. Офисный пакет Open Office; 3. Графический пакет Gimp; 4. Векторный редактор Inkscape; 5. Антивирусные программы: Kaspersky Endpoint Security - № лицензии 17E0-160128-131746-407-72. Количество: 400 рабочих мест. Срок действия 1 год.

Дополнения и изменения в рабочей программе

за 20__ / 20__ учебный год

В рабочую программу _____ Маркетинг-менеджмент _____

(наименование дисциплины)

для специальности _____

(номер специальности)

вносятся следующие изменения:

Дополнения и изменения внес _____

(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

« ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

« ____ » _____ 20__ г.

(подпись)

(Ф.И.О.)