МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

Факультет экономики и управления

УТВЕРЖДЕНО
Факультет экономики и управления

Декан Волков С.К.
г.

Планирование и организация маркетинговой деятельности

рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Закреплена за кафедрой **Менеджмент и финансы производственных систем**

Учебный план Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль **Маркетинг и рыночная аналитика**

Квалификация **бакалавр**

Срок обучения **4 года**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: зачеты 6

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**6(3.2)**		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48.25	48.25	48.25	48.25
Сам. работа	59.75	59.75	59.75	59.75
Часы на контроль	0	0	0	0
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	108	108	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент Самсонова Елена Владимировна кэн

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)
Планирование и организация маркетинговой деятельности

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:
Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль: Маркетинг и рыночная аналитика

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Менеджмент и финансы производственных систем

номер протокола 2021 г.
Зав. кафедрой Морозова Ирина Анатольевна

СОГЛАСОВАНО:
Факультет экономики и управления
Председатель НМС факультета: Евстратов А.В.

Протокол заседания НМС от
г. №

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
Основная цель курса – ознакомление студентов с историей развития различных теорий и технологий деловых коммуникации в сфере предпринимательства.
Выполнение цели изучения дисциплины предполагает реализацию следующего перечня систематизированных задач, которые должен выполнить обучающийся:
- рассмотреть процесс формирования, основные этапы развития и современное состояние теории коммуникации;
- ознакомить студентов с основными понятиями и концепциями современной теории коммуникации;
- изучить типы, виды, функции, формы, модели и структурные компоненты деловой коммуникации;
- ознакомить студентов со спецификой коммуникации в предпринимательстве и особенностью применения методов исследования коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.1
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Психология профессиональной деятельности
2.1.2	Социология
2.1.3	Тайм-менеджмент
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)
ПК-1: Способен участвовать в сборе, анализе информации, проводить бизнес-анализ для формирования управленческих решений
ПК-1.1: Выполняет функциональные обязанности бизнес-аналитика в сфере маркетинга при реализации маркетингового проекта
Результаты обучения: знает функциональные обязанности маркетолога и структуру бизнес-процессов
ПК-1.2: Осуществляет планирование мероприятий в рамках маркетингоаого проекта, определяет взаимосвязи между индикаторами работы участников маркетинговой информационной системы
Результаты обучения: осуществляет планирование мероприятий в рамках маркетингового проекта, управляет коммуникациями, контролирует ход работ
ПК-1.3: Способен применять необходимые информационные технологии при разработке и оценке эффективности управленческих решений
Результаты обучения: использует необходимые информационные технологии для оценки результативности проекта
ПК-2: Способен осуществлять моделирование маркетинговых проектов, проводить системный анализ ситуации, определять объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
ПК-2.1: Использует основные маркетинговые инструменты и информационные технологии для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами
Результаты обучения: использует методы управления проектами, комплекс маркетинга, информационные технологии для анализа рынков и мониторинга реализации маркетинговых проектов
ПК-2.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, проводит системный анализ ситуации, моделирует объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
Результаты обучения: использует системный анализ для выполнения маркетинговых исследований, моделирует ход работ
ПК-2.3: Осуществляет мониторинг обратной связи и контроль результатов маркетингоаых проектов, анализирует требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, оформляет результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными критериями и подходами
Результаты обучения: осуществляет контроль результатов маркетингового проекта, определяет степень достижения критериев качества, оформляет необходимые расчеты
ПК-3: Способен оценивать, прогнозировать риски и организовывать процессы управления ими в организации
ПК-3.1: Умеет грамотно выбирать и применять инструменты и методы выявления и анализа рисков.
Результаты обучения: умеет применять инструменты и методы выявления и анализа рисков, влияющие на ход реализации маркетингового проекта
ПК-3.2: Оценивает методы управления рисками с учетом их результативности и экономической эффективности
Результаты обучения: выбирает методы управления рисками с целью повышения устойчивости и рентабельности маркетингового проекта

ПК-3.3: Понимает важность совершенствования системы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

Результаты обучения: совершенствует систему управления рисками для повышения устойчивости бизнес-процессов в маркетинговой деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Форма контроля
1	**Раздел 1. Содержание учебной дисциплины**			
1.1	Возникновение и основные этапы развития концепций маркетинга. /Тема/	6	0	
1.1.1	Возникновение и основные этапы развития концепций маркетинга. /Лек/	6	2	З, Ко, К
1.1.2	Возникновение и основные этапы развития концепций маркетинга. /Пр/	6	2	З, Ко,К
1.1.3	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга. Анализ кейсов /Пр/	6	4	З, Ко, К
1.1.4	Комплексное исследование рынка в системе маркетинга /Ср/	6	5	З, Ко,К
1.2	Структура и функции маркетинговых служб /Тема/	6	0	
1.2.1	Принципы организации маркетинговых служб. /Лек/	6	3	З, Ко, К
1.2.2	Принципы организации маркетинговых служб. /Пр/	6	3	З, Ко, К
1.2.3	Принципы организации маркетинговых служб. /Ср/	6	8	К
1.2.4	Показатели эффективности работы маркетинговых служб /Пр/	6	2	З,Ко, К
1.3	Разновидности коммуникации: межличностные, специализированные и массовые коммуникации. /Тема/	6	0	К,З
1.3.1	Классификация коммуникаций. Межличностные коммуникации. Деловые коммуникации. Коммуникации в малых группах. Коммуникация в организациях. Массовые коммуникации /Лек/	6	3	З, Ко, К
1.3.2	Разновидности коммуникации: межличностные, специализированные и массовые коммуникации. /Пр/	6	3	З, Ко, К
1.3.3	Разновидности коммуникации: межличностные, специализированные и массовые коммуникации. /Ср/	6	8	З, Ко, К
1.4	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования /Тема/	6	0	
1.4.1	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Структура бизнес-процессов в маркетинговой деятельности. /Лек/	6	2	З, Ко, К
1.4.2	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Структура бизнес-процессов в маркетинговой деятельности. /Пр/	6	4	З, Ко, К
1.4.3	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Структура бизнес-процессов в маркетинговой деятельности. /Ср/	6	8	К
1.5	Деловые переговоры. /Тема/	6	0	К,З
1.5.1	Сущность, виды деловых переговоров, основные этапы переговорного процесса, подготовка и проведение переговоров. Особенности реализации международного маркетинга /Лек/	6	2	З, Ко, К
1.5.2	Сущность, виды деловых переговоров, основные этапы переговорного процесса, подготовка и проведение переговоров. Особенности реализации международного маркетинга /Пр/	6	4	З, Ко, К
1.5.3	Сущность, виды деловых переговоров, основные этапы переговорного процесса, подготовка и проведение переговоров. Особенности реализации международного маркетинга /Ср/	6	14	К
1.6	Манипуляции в деловой коммуникации. /Тема/	6	0	К,З
1.6.1	Стратегическое маркетинговое планирование в организации. Маркетинговые стратегии /Лек/	6	2	З, Ко, К
1.6.2	Стратегическое маркетинговое планирование в организации. Маркетинговые стратегии /Пр/	6	4	З, Ко, К
1.6.3	Стратегическое маркетинговое планирование в организации. Маркетинговые стратегии /Ср/	6	6	К
1.7	Понятие и сущность маркетингового аудита /Тема/	6	0	
1.7.1	Понятие и сущность маркетингового аудита /Лек/	6	2	З, Ко, К
1.7.2	Понятие и сущность маркетингового аудита /Пр/	6	2	З, Ко,К

1.7.3	Технологии проведения маркетингового аудита /Пр/	6	4	З, Ко, К
1.7.4	Технологии проведения маркетингового аудита /Ср/	6	5	З, Ко, К
2	**Раздел 2. Промежуточная аттестация**			
2.1	Зачет /Тема/	6	0	
2.1.1	Подготовка к зачету /Зачёт/	6	5.75	З
2.1.2	Контактная работа с ППС /КоРа/	6	0.25	

Примечание. Формы контроля: Эк – экзамен, К- контрольная работа, Ко- контрольный опрос, Сз- семестровое задание, З-зачет, ОП-отчет по практике.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС может быть представлен в Приложении к рабочей программе.

ФОС представлен в приложении к РПД

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

6.1. Рекомендуемая литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год.	Электронный адрес
Л.1	Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю.	Деловые коммуникации: учебник	Москва: КноРус, 2021	https://www.book.ru/view5/ddcf5f0b71baba11b6ca411b18b9367c
Л.2	Чернышова Л. И.	Деловые коммуникации. Практикум: учебное пособие	Москва: КноРус, 2021	https://www.book.ru/view5/a0218476d26d182d3c9e46f6b1880881
Л.3	Шарков Ф. И., Комарова Л. В.	Деловые коммуникации: учебник	Москва: КноРус, 2021	https://www.book.ru/view5/072193521c9b67557465e54cfb1c88da

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Библиотека (НТБ)
Э2	Электронная информационно-образовательная среда университета
Э3	ЭБС "Лань"
Э4	ЭБС "Book.ru"
Э5	Электронная библиотека "Grebennikon"
Э6	
Э7	

6.3 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	СДО «Moodle» — система дистанционного обучения
6.3.1.2	Операционная система Windows
6.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC — бесплатное решение для просмотра файлов PDF
6.3.1.4	LibreOffice — офисный пакет

6.4 Перечень информационных справочных систем и электронных библиотечных систем (ЭБС)

6.3.2.1	Файловое хранилище ВолгГТУ http://dump.vstu.ru/ Информационная образовательная среда - самостоятельная работа студентов
6.3.2.2	
6.3.2.3	СПС «Консультант+» Информационная справочная среда - занятия семинарского типа, самостоятельная работа студентов
6.3.2.4	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) /ОБОРУДОВАНИЕ

7.1	Мультимедийная учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. /Учебная доска, учебная мебель, интерактивная трибуна, видеопроектор.
7.2	Лаборатория информационных технологий. /Учебная мебель, компьютерная техника, оснащенная программным обеспечением, доступом в Интернет и в электронную информационно-образовательную среду университета
7.3	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся.

7.4	/Учебная мебель, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (читальный зал информационно-библиотечного центра)
7.5	
7.6	
7.7	
7.8	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Организация образовательного процесса по данной дисциплине регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет дисциплины (переаттестации ее части), если она была освоена в процессе предшествующего обучения. Перезачёт (переаттестации ее части) освобождает обучающегося от необходимости повторного освоения дисциплины (полностью или частично).
Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и практическими занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в электронной информационной образовательной среде.
Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. На первой лекции лектор информирует студентов о рекомендуемой литературе и электронных источниках информации по дисциплине, с указанием, какой учебник (учебное пособие) является базовым.
Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают основные разделы дисциплины.
Основной формой проведения практических занятий является решение конкретных задач.

Самостоятельная работа студентов включает изучение законспектированного на лекционных занятиях материала, дополнение его с учетом рекомендованной по данной теме литературы, самостоятельное выполнение и оформление заданий контрольной работы, аналогичных выполненным на занятиях.
Перечень методических указаний для освоения дисциплины представлен ниже:

1. Методические указания по дисциплине «Теории и технологии деловых коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью»: метод. указ. / сост. Ю.И Дубова, М.А. Энгель; Волгоград. гос. тех. ун-т. - Волгоград, 2019 http://dump.vstu.ru/storage/Kafiedry/ME/Ochnaya_forma/Napravlenie_bakalavriata_42.03.01_Reklama_i_svyazi_s_obshchestvennostyu/;
2. А.А., Новицкая А.И., Пайтаева К.Т. — Москва : КноРус, 2018. — 244 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-05690-5. — URL: https://book.ru/book/924246 - ИБЦ
Григан, А.М. Деловые коммуникации : учебное пособие / Григан А.М.,Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю., Репина Е.А., Моисеенко

В течение семестра для студентов проводятся групповые текущие консультации по учебной дисциплине, а также консультация перед зачетом.
Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.
В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн), в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.
Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ (при необходимости).
Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств. Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания.
При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.