



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Факультет послевузовского образования

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Маркетинговое администрирование и консультирование

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

Учебный план Направление 38.04.02 Менеджмент
программа "Аналитический маркетинг"

Профиль

Квалификация **магистр**

Срок обучения **2 года 6 месяцев**

Ускоренное обучение **На базе ВО**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:
зачеты 4

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	4(2.2)		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24.25	24.25	24.25	24.25
Сам. работа	83.75	83.75	83.75	83.75
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:

профессор Пескова Ольга Сергеевна д.э.н.

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Маркетинговое администрирование и консультирование

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

составлена на основании учебного плана:

Направление 38.04.02 Менеджмент
программа "Аналитический маркетинг"

Профиль:

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 Сазонов Сергей Петрович

СОГЛАСОВАНО:

Факультет послевузовского образования
Председатель НМС Гурулев Д.Н.

Протокол заседания НМС от
г. №

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

Утверждена рабочая программа дисциплины (модуля, практики) деканом

Факультет послевузовского образования

Гурулев Д.Н.

г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.	
Заполнение информационного вакуума в вопросах консультирования, а также изложение основных положений, раскрывающих содержание маркетингового консультирования, ознакомление с условиями применения маркетингового подхода к консультированию на российском рынке. Методология маркетингового консультирования включает методологию управленческого консультирования и методологию маркетинга - т.е. интегрирует методы и подходы различных наук, увязывая конкретные приемы и концепции с определенными конкретными ситуациями.	
Задачи изучения дисциплины	
Основными задачами изучения дисциплины являются:	
1.	изучение особенностей современной ситуации, общих предпосылок к применению консультирования, маркетингового подхода к консультированию,
2.	применение маркетингового консультирования в пяти наиболее распространенных на рынке проектах: разработка стратегий предприятия, оптимизация организационной структуры, ревизия маркетинга, экспертиза бизнес-планов,
3.	разработка рекламных кампаний,
4.	целесообразность и возможность применения консультирования в различных режимах,
5.	рассматриваются вопросы выбора консультанта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Защита интеллектуальной собственности
2.1.2	Управление развитием организации
2.1.3	Предпринимательский менеджмент
2.1.4	Информационно-коммуникационные технологии
2.1.5	Технологии эффективного управления
2.1.6	Теория и методология управления
2.1.7	Экономическое и организационное поведение
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Производственная практика: Преддипломная практика
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)	
ПК-1: способен участвовать в сборе, анализе и систематизации информации для формирования управленческих решений в сфере разработки инновационных товаров и услуг	
<i>ПК-1.1: выполняет функциональные обязанности маркетолога при разработке ассортиментной политики организации в условиях инновационной экономики</i>	
Результаты обучения: Знает функциональные обязанности маркетолога при разработке ассортиментной политики организации в условиях инновационной экономики	
<i>ПК-1.2: осуществляет планирование мероприятий в рамках маркетингового проекта, определяет взаимосвязи между показателями работы работников отдела маркетинга</i>	
Результаты обучения: Умеет осуществлять планирование мероприятий в рамках маркетингового проекта, определяет взаимосвязи между показателями работы работников отдела маркетинга	
<i>ПК-1.3: участвует в реализации маркетинговых проектов, проводит анализ эффективности принимаемых решений,</i>	
Результаты обучения: Владеет навыками реализации маркетинговых проектов, проводит анализ эффективности принимаемых решений,	
ПК-2: способен реализовывать рекламные кампании, управлять нематериальными активами, разрабатывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров и услуг	
<i>ПК-2.1: формирует политику организации по управлению брендами, определяет их потенциальную стоимость, знает законодательство в сфере защиты интеллектуальной собственности</i>	
Результаты обучения: Знает политику организации по управлению брендами, определяет их потенциальную стоимость, знает законодательство в сфере защиты интеллектуальной собственности	
<i>ПК-2.2: способен сформировать комплекс коммуникаций по привлечению новых потребителей, способен выбирать необходимые управленческие и маркетинговые методы для реализации намеченных целей</i>	
Результаты обучения: Умеет формировать комплекс коммуникаций по привлечению новых потребителей, способен выбирать необходимые управленческие и маркетинговые методы для реализации намеченных целей	

ПК-2.3: определяет критерии эффективности рекламных кампаний и рассчитывает их бюджет, использует необходимое программное обеспечение для статистической обработки маркетинговой информации

Результаты обучения: Владеет навыками определения критерии эффективности рекламных кампаний и рассчитывает их бюджет, использует необходимое программное обеспечение для статистической обработки маркетинговой информации