

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФАНОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 23.06.2022 14:14:25

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd52c70e0b74ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**     Институт менеджмента

**Кафедра**     Маркетинга, логистики и рекламы

## АННОТАЦИЯ

**Наименование дисциплины**     Б1.В.07 Управление маркетингом

**Основная профессиональная образовательная программа**     38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

### 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Управление маркетингом входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, Основы учета и финансовой отчетности, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Технологии работы в социальных сетях

Последующие дисциплины по связям компетенций: Связи с общественностью и управление репутацией, Разработка рекламных кампаний в интернете, Корпоративные финансы

### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Управление маркетингом в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

#### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-5 - Способен выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", разрабатывать показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-5	ПК-5.1: Знать:  каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения	ПК-5.2: Уметь:  принимать конкретные решения для разработки показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения	ПК-5.3: Владеть (иметь навыки):  методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", подходами к разработке показателей эффективности продвижения, способами распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6

Контактная работа, в том числе:	74.3/2.06
Занятия лекционного типа	36/1
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	35.7/0.99
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

#### очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	6.3/0.18
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	103.7/2.88
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации: Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Управление маркетингом представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий

##### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	18	18				ПК-5.1, ПК-5.2, ПК -5.3
2.	Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровнях	18	18				ПК-5.1, ПК-5.2, ПК -5.3
	Контроль	34					

	<b>Итого</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>0.3</b>	<b>2</b>	<b>35.7</b>	
--	--------------	-----------	-----------	------------	----------	-------------	--

#### очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	1	1				ПК-5.1, ПК-5.2, ПК -5.3	
2.	Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровнях	1	1				ПК-5.1, ПК-5.2, ПК -5.3	
	Контроль	34						
	<b>Итого</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0.3</b>	<b>2</b>	<b>103.7</b>		

#### 4.2 Содержание разделов и тем

##### 4.2.1 Контактная работа

##### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	лекция	Сущность и механизм управления маркетингом
		лекция	Место маркетинга в стратегическом и оперативном управлении предприятием.
		лекция	Портфельные стратегии
		лекция	Стратегии роста предприятий, и их особенности.
		лекция	Конкуренция и конкурентные преимущества.
2.	Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровнях	лекция	Функциональные стратегии маркетинга.
		лекция	Управление товаром.
		лекция	Разработка стратегий и программ ценообразования.
		лекция	Управление каналами распределения.
		лекция	Разработка и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями
		лекция	Организация управлением маркетингом.
		лекция	Оценка, контроль и аудит

			маркетинга.
--	--	--	-------------

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	практическое занятие	Сущность и механизм управления маркетингом
		практическое занятие	Место маркетинга в стратегическом и оперативном управлении предприятием.
		практическое занятие	Портфельные стратегии
		практическое занятие	Стратегии роста предприятий, и их особенности.
		практическое занятие	Конкуренция и конкурентные преимущества.
2.	Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровнях	практическое занятие	Функциональные стратегии маркетинга.
		практическое занятие	Управление товаром.
		практическое занятие	Разработка стратегий и программ ценообразования.
		практическое занятие	Управление каналами распределения.
		практическое занятие	Разработка и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями
		практическое занятие	Организация управлением маркетингом.
		практическое занятие	Оценка, контроль и аудит маркетинга.

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
------	--	--------------------------------

1.	Управление маркетингом на корпоративном уровне	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка доклада</li> <li>- подготовка электронной презентации</li> <li>- тестирование</li> </ul>
2.	Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровнях	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовка доклада</li> <li>- подготовка электронной презентации</li> <li>- тестирование</li> </ul>

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ