

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

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

Дата подписания: 12.08.2025 11:14:55

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0b74ddd2

**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, 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:                                                                                                                                                                  | ПК-5.2: Уметь:                                                                                                                                                | ПК-5.3: Владеть (иметь навыки):                                                                                                                                                                                                              |
|                                              | каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения | принимать конкретные решения для разработки показателей эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения | 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/<br>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/<br>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

| №<br>п/п | Наименование темы<br>(раздела) дисциплины         | Контактная работа |                                 |     |     | Самостоятельная<br>работа | Планируемые<br>результаты<br>обучения в<br>соотношении с<br>результатами<br>обучения по<br>образовательной<br>программе |
|----------|---------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|-----|-----|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                   | Лекции            | Занятия<br>семинарского<br>типа | ИКР | ГКР |                           |                                                                                                                         |
|          |                                                   |                   | Практич.<br>занятия             |     |     |                           |                                                                                                                         |
| 1.       | Управление маркетингом<br>на корпоративном уровне | 18                | 18                              |     |     |                           | ПК-5.1, ПК-5.2,<br>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

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

## 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                      | - подготовка электронной презентации<br>- тестирование |
| 2.   | Управление маркетингом на функциональном и инструментальном уровнях | - подготовка электронной презентации<br>- тестирование |

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