

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

Институт (факультет) Институт автоматике и электронного приборостроения
Кафедра Стандартизации, сертификации и технологического менеджмента

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе

Рег. №3040-446) УК 5

«Управление маркетингом»

Индекс по учебному плану: Б1.В.ДВ.01.01

Направление подготовки: 27.03.02 «Управление качеством»

Квалификация: бакалавр

Профиль подготовки: Управление качеством

Вид(ы) профессиональной деятельности: производственно-технологическая

Разработчик: доцент кафедры ССТМ к.э.н. А.Т.Козлова

Казань 2017 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

1.1.1 Цель преподавания учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины «Управление маркетингом» является раскрыть сущность маркетинга в деятельности фирмы и привить будущим специалистам знания, умения и навыки в области методологии маркетинга и использования ее в практической деятельности.

1.1.2 Задачи учебной дисциплины

Основными задачами дисциплины являются формирование знаний, умений и навыков по следующим направлениям деятельности:

- теория и практики реализации концепции маркетинга на фирме;
- инструментов маркетинга;
- разработки и реализации стратегии маркетинга.

1.1.3 Место дисциплины в структуре ОП ВО.

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Управление маркетингом» относится к вариативной части цикла дисциплин учебного плана направления подготовки 27.03.02 «Управление качеством».

Знания, полученные при изучении данной дисциплины, используются при изучении специальных дисциплин, а также в процессе выполнения курсовых работ (проектов) выпускной квалификационной работы.

1.2 Квалификационные требования к содержанию и уровню освоения дисциплины

Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины: ПК-5.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ

Таблица 1. Распределение фонда времени по видам занятий

| Наименование раздела и темы | Всего часов | Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах/интерактивные часы) | | | | Коды составляющих компетенций | Формы и вид контроля освоения составляющих компетенций (из фонда оценочных средств) |
|---|-------------|---|-----------|----------|-----------|-------------------------------|---|
| | | лекции | лаб. раб. | пр. зан. | сам. раб. | | |
| <i>Раздел 1 Управление компанией на принципах маркетинга.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-1</i> |
| Тема 1.1 Эволюция концепций управления компанией. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 | Текущий контроль |
| Тема 1.2 Сущность управления маркетингом. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 1.3 Формирование маркетинговой системы предприятия. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 | Тестирование |
| <i>Раздел 2 Стратегические маркетинговые решения на корпоративном уровне.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-2</i> |
| Тема 2.1 Уровни стратегических маркетинговых решений. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 | Текущий контроль |
| Тема 2.2 Понятие стратегического и операционного маркетинга. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-53 | Текущий Контроль |
| Тема 2.3 Процесс стратегического планирования. | 4 | 1 | | 1 | 2 | ПК-53 | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 2.4 Определение миссии и основных направлений деятельности компании. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-53 ПК-5У | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 2.5 Анализ факторов внешней и внутренней | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У ПК-5В | Тестирование |

| | | | | | | | |
|---|---|-----|--|-----|---|----------------|--|
| среды. | | | | | | | |
| <i>Раздел 3 Формулирование рыночной стратегии компании.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-3</i> |
| Тема 3.1 Портфельные стратегии. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 ПК-5У | Текущий контроль |
| Тема 3.2 Стратегические решения по обеспечению роста компании. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У ПК-5В | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 3.3 Маркетинговые решения по обоснованию конкурентных преимуществ. | 5 | 1 | | 1 | 3 | ПК-5У ПК-5В | Тестирование |
| <i>Раздел 4 Маркетинговые решения по выбору целевых сегментов рынка и позиционированию.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-4</i> |
| Тема 4.1 Сегментация рынка. | 5 | 1,5 | | 1,5 | 2 | ПК-53 ПК-5У | Текущий контроль |
| Тема 4.2 Целевые рынки и целевые стратегии. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 4.3 Позиционирование рыночного предложения. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-53 ПК-5У | Текущий контроль |
| Тема 4.4 Планирование маркетинга на рынке продукта. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У ПК-5В | Тестирование |
| <i>Раздел 5 Маркетинговые решения по товару.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-5</i> |
| Тема 5.1 Характеристики и классификация товаров. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-53 | |
| Тема 5.2 Жизненный цикл товара и политика маркетинга. | 4 | 1,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 ПК-5У | Текущий контроль |
| Тема 5.3 Разработка новых товаров. | 5 | 0,5 | | 1,5 | 3 | ПК-5У | Текущий контроль |
| Тема 5.4 Управление товарным ассортиментом. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У ПК-5В | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 5.5 Политика в области марок. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У | Тестирование |
| <i>Раздел 6 Маркетинговые решения по цене.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-6</i> |
| Тема 6.1 Особенности цены как инструмента маркетинга. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-53 ПК-5У | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 6.2 Установление | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У | Текущий |

| | | | | | | | |
|--|-----|------|--|------|----|----------------|--|
| исходной цены. | | | | | | | контроль |
| Тема 6.3 Методы установления цен. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-5У ПК-5В | Тестирование |
| <i>Раздел 7 Маркетинговые решения по распределению.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-7</i> |
| Тема 7.1 Роль каналов распределения. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-5З | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 7.2 Стратегические решения при выборе канала распределения. | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У ПК-5В | Текущий контроль |
| Тема 7.3 Маркетинг и организация продажи товаров. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-5У | Отчеты о выполнении практических работ |
| Тема 7.4 Физическое распределение (логистика). | 3 | 0,5 | | 0,5 | 2 | ПК-5У ПК-5В | Отчеты о выполнении практических работ |
| <i>Раздел 8 Маркетинговые решения по продвижению.</i> | | | | | | | <i>ФОС ТК-8</i> |
| Тема 8.1 Продвижение как инструмент комплекса маркетинга. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-5З | Текущий контроль |
| Тема 8.2 Разработка эффективных коммуникаций. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-5У | Текущий контроль |
| Тема 8.3 Управление элементами комплекса продвижения. | 4 | 0,5 | | 0,5 | 3 | ПК-5У ПК-5В | Тестирование |
| Зачет | | | | | | | <i>ФОС ПА</i> |
| ИТОГО: | 108 | 18/0 | | 18/0 | 72 | | |

Оценка уровня освоения заданных компетенций проводится на основе Фонда Оценочных средств промежуточной аттестации: ФОС ПА.

РАЗДЕЛ 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Основная литература

1 Резникова, Н.П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций. [Электронный ресурс] / Н.П. Резникова, Е.Г. Кухаренко. — Электрон. дан. — М.: Горячая линия-Телеком, 2013. — 152 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/63242/>

2 Усанов, А.И. Реклама в коммуникационном процессе. Электронный курс : учебно-метод. пособие / А. И. Усанов ; Мин-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО КНИТУ-КАИ им. А.Н. Туполева. - Казань: Изд-во КГТУ им. А.Н. Туполева, 2012. - 34 с. — Режим доступа: <http://e-library.kai.ru/reader/ru/flipping/Resource-468/809952.pdf/index.html>

3 Шиловский, В.Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования. [Электронный ресурс] / В.Н. Шиловский, А.В. Питухин, В.М. Костюкевич. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2015. — 272 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/56614>

3.2 Информационное обеспечение

11 Козлова А.Т. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: курс дистанц. обучения по направлению 27.03.01 «Стандартизация и метрология» ФГОС ВО 3 (3фак.-ССТМ)/ КНИТУ-КАИ, Казань, 2015. – Доступ по логину и паролю URL:

<https://bb.kai.ru:8443/webapps/blackboard/execute/content/blankPage?cmd=view&content id= 246339 1&course id= 13390 1>

2 <http://www.consultant.ru/>

3 www.cfin.ru — вопросы менеджмента и маркетинга

4 www.expert.ru — сайт журнала «Эксперт»

5 www.gazeta.ru — сайт издания «Газета»

6 www.raexpert.ru — сайт рейтингового агентства «Эксперт»

7 www.dis.ru — сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»

3.3 Кадровое обеспечение

Требования к образованию:

- высшее образование в области управления качеством, экономики, наличие ученой степени и/или ученого звания в указанной области; наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.