

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 экономики, управления и социальных технологий
Кафедра Экономической теории и управления ресурсами

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе

«Маркетинговые факторы результативности бизнеса»

Индекс по учебному плану: **Б1.В. ДВ.10.01**

Направление подготовки: **38.03.01 «Экономика»**

Квалификация: **бакалавр**

Профиль подготовки: **Промышленная коммерция**

Вид(ы) профессиональной деятельности:

аналитическая, научно-исследовательская,
расчетно-экономическая,
организационно-управленческая

Разработчик: к.э.н., доцент кафедры ЭТиУР Маркова С.В.

Казань 2017 г.

РАЗДЕЛ 1. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

1.1. Цель изучения дисциплины (модуля)

Целью изучения данной дисциплины «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» является дать комплексное представление о существующих подходах к оценке результативности бизнеса, вкладе маркетинга в конечные показатели деятельности компании, а также в показатели результативности ее бизнес-процессов

1.2. Задачи дисциплины (модуля)

Основными задачами дисциплины являются:

- В ходе изучения курса слушатели смогут овладеть теоретическими знаниями о существующих подходах к измерению результативности бизнеса; методах оценки эффективности маркетинговой деятельности и отдельных элементов комплекса маркетинга, вкладе маркетинга в конечные результаты деятельности компании.

- Результатом применения полученных знаний должны стать сформированные аналитические компетенции по исследованию и применению различных систем управления результативностью применительно к компании в целом, маркетингу, его процессам и отдельным функциональным областям.

- На практических и семинарских занятиях, а также в ходе самостоятельной работы студенты смогут закрепить полученные знания компетенции путем овладения навыками и проектными формами работы по обоснованию приемлемой для конкретной компании системы показателей результативности бизнеса, построению показателей маркетинга как бизнес-процесса, а также эффективности маркетинговой деятельности. В ходе изучения курса слушатели должны также научиться планировать программы и мероприятия, направленные на повышение вклада службы маркетинга в конечные результаты деятельности компании.

1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» является дисциплиной по выбору и входит в состав Блока 1.

1.4. Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины.

ПК-4 – Способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	
Знание	Особенностей принятия организационно-управленческих решений в различных сферах деятельности
Умение	Принимать организационно-управленческие решения и быть готовым нести за них ответственность
Владение	Принимать организационно-управленческие решения и быть готовым нести за них ответственность
ПК-7 Способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	
Знание	методические подходы к проведению информационного обзора и составлению аналитического отчета
Умение	анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально экономических процессах и явлениях на макроэкономическом уровне, выявлять тенденции изменения социально экономических показателей; строить на основе описания ситуаций стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
Владение	навыками сбора, используя отечественные и зарубежные источники информации; навыками анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных экономических задач, с привлечением математических и информационно-технологических средств; навыками подготовки информационного обзора, составления аналитического отчета

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ.

2.1 Структура дисциплины (модуля), ее трудоемкость

Таблица 3

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.		
Раздел 1. Иерархия, принципы, процессы, управление результативностью бизнеса							<i>ФОС ТК-1, тесты</i>
Тема 1.1 Иерархия измерений результативности бизнеса. Обзор современных подходов к	20	4		4	12	ПК-4з	<i>Текущий контроль</i>

управлению результативностью бизнеса							
Тема 1.2 Принципы построения системы показателей результативности бизнеса	16	2		2	12	ПК-4у	<i>Текущий контроль</i>
Тема 1.3 Процессный подход к управлению результативностью. Управление результативностью, ориентированное на клиента	16	2		2	12	ПК-4в	<i>Текущий контроль</i>
Тема 1.4 Управлению результативностью на основе сбалансированной системы показателей	20	4		4	12	ПК-7з	<i>Текущий контроль</i>
Раздел 2. Результативность маркетинга в бизнесе							<i>ФОС ТК-2, тесты</i>
Тема 2.1 Измерение результативности маркетинга.	16	2		2	12	ПК-7у	<i>Текущий контроль</i>
Тема 2.2 Специальные системы показателей применительно к маркетингу	16	2		2	12	ПК-7в	<i>Текущий контроль</i>
Промежуточная аттестация (экзамен)	36				36	ПК-4 з,у,в ПК-7 з,у,в	<i>ФОС ПА комплексное задание</i>
ИТОГО:	144	18		18	108		

РАЗДЕЛ 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

3.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

3.1.1. Основная литература:

1. Ильин В.В. Внедрение ERP-систем: управление экономической эффективностью. –Москва: Агентство электронных издания Интермедиа 2015г. -298с. –Электронное издание. – ISBN 978-3-659-31061-4. Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=350558>

3.1.2.Дополнительная литература:

2. Брэнсон Ричард. Теряя невинность: Как я построил бизнес, делая все по-своему и получая удовольствие от жизни/ Р. Брэнсон ; пер. с англ.: Т. Гутман, М. Хлебникова. -М.:Альпина Паблишер, 2012.

3.Талеб Нассим Николас. Черный лебедь: Под знаком непредсказуемости / Н. Н. Талеб ; пер. с англ.: В. Сонькина [и др.] ; под ред. М. Тюнькиной. -М. :Азбука-Аттикус, 2016. -456 с.

3.2. Информационное обеспечение дисциплины.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

3.2.1. Основное информационное обеспечение.

1. Маркова С.В Маркетинговые факторы результативности бизнеса [Электронный ресурс]: курс дистанц. обучения по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 "Экономика" ФГОС 3+ / КНИТУ-КАИ, Казань, 2016. - Доступ по логину и паролю. URL: https://bb.kai.ru:8443/webapps/blackboard/execute/content/blankPage?cmd=view&content_id=211108_1&course_id=12153_1
2. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru/>

3.3. Кадровое обеспечение

3.3.1. Базовое образование

Высшее образование в предметной области экономической теории и /или наличие ученой степени и/или ученого звания в указанной области и /или наличие дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки в области экономической теории и /или наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.

Лист регистрации изменений и дополнений

№ п/п	Дата внесения изменений, проведения ревизии	Номера листов	Документ, на основании которого внесено изменение	Краткое содержание изменения	Ф.И.О. подпись
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
1					
2					
3					
4					

