

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Научно-практический семинар: Управление маркетинговой деятельностью ДВП.Б.4

Направление подготовки: 080200.68 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Рольбина Е.С.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. кафедра маркетинга. коммерции и предпринимательства отделение менеджмента и маркетинга , Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины "Управление маркетинговой деятельностью" заключается в углублении знаний и навыков магистрантов в вопросах координации и оптимизации управления маркетингом в организации.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " ДВП.Б.4 Дополнительные виды подготовки" основной образовательной программы 080200.68 Менеджмент и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Изучение дисциплины "Управление маркетинговой деятельностью" основывается на следующих дисциплинах:

Теория организации и организационное поведение

Маркетинговое управление предприятием

Методология и организация исследовательской деятельности

Система маркетинга

Проектирование информационных технологий в маркетинге

Дисциплина "Управление маркетинговой деятельностью" формирует основу для научно-практического семинара "Управление качеством и эффективность управления"

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-4 (общекультурные компетенции)	способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия
ОК-6 (общекультурные компетенции)	обладает навыками публичных, деловых и научных коммуникаций
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК-5 (профессиональные компетенции)	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами
ПК-6 (профессиональные компетенции)	владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности

В результате освоения дисциплины студент:

к анализу структуры, функций, должностных обязанностей службы маркетинга предприятия и к разработке предложений по совершенствованию управления маркетинговой деятельностью с позиций создания ценности для потребителя

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Получение задания. Выбор базы для исследования	3	1	0	4	0	домашнее задание
2.	Тема 2. Анализ структуры службы и функций маркетинга на предприятии, оформление отчета и подготовка презентации	3	2	0	4	0	письменная работа творческое задание
3.	Тема 3. Анализ должностных обязанностей специалистов службы маркетинга, оформление отчета и подготовка презентации	3	3	0	4	0	письменная работа творческое задание
4.	Тема 4. Презентация и защита отчета	3	4	0	2	0	презентация
	Итого			0	14	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Получение задания. Выбор базы для исследования

практическое занятие (4 часа(ов)):

Получение задания. Выбор базы для исследования.

Тема 2. Анализ структуры службы и функций маркетинга на предприятии, оформление отчета и подготовка презентации

практическое занятие (4 часа(ов)):

Определение типа структуры службы маркетинга, взаимосвязей сотрудников службы с подразделениями организации, выявление дублирования функций, формулировка предложений по совершенствованию структуры и комплексной реализации функций маркетинга. Оформление отчета и подготовка презентации

Тема 3. Анализ должностных обязанностей специалистов службы маркетинга, оформление отчета и подготовка презентации

практическое занятие (4 часа(ов)):

Анализ должностных обязанностей сотрудников службы маркетинга с точки зрения дублирования и полноты реализации функций маркетинга, формулировка предложений по совершенствованию должностных обязанностей сотрудников. Оформление отчета и подготовка презентации

Тема 4. Презентация и защита отчета

практическое занятие (2 часа(ов)):

Презентация и защита отчета

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Получение задания. Выбор базы для исследования	3	1	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
2.	Тема 2. Анализ структуры службы и функций маркетинга на предприятии, оформление отчета и подготовка презентации	3	2	подготовка к письменной работе	22	письменная работа
				подготовка к творческому экзамену	22	творческое задание
3.	Тема 3. Анализ должностных обязанностей специалистов службы маркетинга, оформление отчета и подготовка презентации	3	3	подготовка к письменной работе	22	письменная работа
				подготовка к творческому экзамену	22	творческое задание
4.	Тема 4. Презентация и защита отчета	3	4	подготовка к презентации	2	презентация
	Итого				94	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Разбор конкретных ситуаций

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Получение задания. Выбор базы для исследования

домашнее задание , примерные вопросы:

Получение задания. Выбор базы для исследования

Тема 2. Анализ структуры службы и функций маркетинга на предприятии, оформление отчета и подготовка презентации

письменная работа , примерные вопросы:

Определение типа структуры службы маркетинга, взаимосвязей сотрудников службы с подразделениями организации, выявление дублирования функций, формулировка предложений по совершенствованию структуры и комплексной реализации функций маркетинга.

творческое задание , примерные вопросы:

Оформление отчета и подготовка презентации

Тема 3. Анализ должностных обязанностей специалистов службы маркетинга, оформление отчета и подготовка презентации

письменная работа , примерные вопросы:

Анализ должностных обязанностей сотрудников службы маркетинга с точки зрения дублирования и полноты реализации функций маркетинга, формулировка предложений по совершенствованию должностных обязанностей сотрудников.

творческое задание , примерные вопросы:

Оформление отчета и подготовка презентации

Тема 4. Презентация и защита отчета

презентация , примерные вопросы:

Презентация и защита отчета

Примерные вопросы к зачету:

Зачет проставляется по результатам презентации и защиты отчета

7.1. Основная литература:

1. Управление маркетингом: Учеб. пособие / Под ред. И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вуз. учебник, 2009. - 416 с.: 60x88 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0112-4, 2000 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=189881>
2. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-005383-7, 500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=363850>
3. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: учебное пособие / О.В. Китова; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 328 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003766-0, 500 экз. <http://znanium.com/bookread.php?book=180316>
4. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: Монография / К.А. Смирнов, Т.Е. Никитина; Науч. ред. К.А. Смирнов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 166 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль). (обложка) ISBN 978-5-16-005497-1, 1500 экз.

7.2. Дополнительная литература:

1. Бурцева Т.А. и др. Управление маркетингом: уч. пос. - М.: Экономистъ, 2005.
2. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление.-М.: ЭКСМО, 2008
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер, 2005, с.23 - 85
4. Крюков А.Ф. Управление маркетингом: уч. пос.-М.: КНОРУС, 2005.
5. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок.- СПб.: Питер, 2006, с. 32 - 115

7.3. Интернет-ресурсы:

Принципы управления маркетингом - <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a41.htm>

Управление маркетингом -

<http://www.terrasoft.ru/products/CRM/bpmonlinecrm?gclid=CLee16H5kbUCFeF7cAodaycAaw>

Управление маркетингом - <http://marketingclub.ru/marketing-control/>

Управление маркетингом - <http://www.crm-on-demand.ru/articles/detail.php?ID=1173>

Управление маркетингом - <http://www.igate.ru/products/crm-marketing>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Научно-практический семинар: Управление маркетинговой деятельностью" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Проектор

Ноутбук

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.68 "Менеджмент" и магистерской программе Маркетинг .

Автор(ы):

Рольбина Е.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.