

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Управление маркетинговой деятельностью корпораций Б1.В.ДВ.15

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Автор(ы): Рольбина Е.С.

Рецензент(ы): Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Рольбина Е.С. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Elena.Rolbina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-5	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-9	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- принципы развития и закономерности функционирования корпорации;
- цели и задачи управления маркетингом;
- роль и место управления маркетингом в менеджменте корпорации;
- принципы управления маркетингом;
- основы организации маркетинговой деятельности корпорации;
- процесс разработки стратегии маркетинга;
- процесс разработки оперативного плана маркетинга;
- основы организации контроля, оценки и аудита маркетинга.

Должен уметь:

- правильно формулировать цели и задачи управления маркетингом;
- сформировать адекватную организационную структуру службы маркетинга;
- разработать план маркетинга;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга;
- разработать комплекс маркетинга для товара (услуги);
- оценить эффективность управления маркетингом организации.

Должен владеть:

- методами разработки стратегии маркетинга;
- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивация и контроль);
- методами разработки плана и бюджета маркетинга;
- методами проведения контроля, оценки и аудита маркетинга.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- определить роль и место управления маркетингом в менеджменте корпорации;
- устанавливать и обосновывать цели и задачи управления маркетингом в корпорации;
- к организации маркетинговой деятельности корпорации;
- к разработке стратегии и тактики маркетинга в корпорации;
- контролировать и оценивать эффективность маркетинговой деятельности в корпорации.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.15 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 64 часа(ов), в том числе лекции - 32 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 26 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 54 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 7 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность корпораций и их роль в экономике	7	4	4	0	2
2.	Тема 2. Процесс формирования и принципы управления современными корпорациями	7	4	4	0	4
3.	Тема 3. Оргструктура управления маркетингом в корпорации	7	4	4	0	2
4.	Тема 4. Стратегическое управление маркетингом в корпорациях	7	4	4	0	4
5.	Тема 5. Планирование деятельности корпорации	7	4	4	0	4
6.	Тема 6. Формирование комплекса маркетинга корпорации	7	4	4	0	4
7.	Тема 7. Интеграция маркетинга в корпорации	7	4	4	0	2
8.	Тема 8. Контроль, оценка и аудит маркетинга в корпорации	7	4	4	0	4
	Итого		32	32	0	26

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность корпораций и их роль в экономике

1. Сущность корпораций.
2. Отличительные признаки корпорации.
3. Сущность и проблемы корпоративного управления.
4. Организационные основы формирования корпораций.
5. Основания и процесс реорганизации корпораций.
6. Международная корпорация.
7. Интернациональная корпорация.
8. Глобальная корпорация.
9. Конкурентные преимущества ТНК.
10. Роль корпораций в мировой экономике.

Тема 2. Процесс формирования и принципы управления современными корпорациями

1. Предпосылки формирования современных корпораций.
2. Процесс формирования современных корпораций.
3. Принципы корпоративного управления.
4. Особенности управления российскими корпорациями.
5. Государственная корпорация.
6. Проблемы управления российскими корпорациями.
7. Функциональная организация службы маркетинга.
8. Функционально-продуктовые и функционально-рыночные структуры.
9. Структура управления матричного типа.
10. Реструктуризация корпорации.

Тема 3. Оргструктура управления маркетингом в корпорации

1. Современные стратегические модели корпораций.
2. Инвестирование с "нуля".
3. Трансплантации.
4. Стратегические альянсы.
5. Международные слияния и приобретения.
6. Международные переплетения.
7. Сущность и задачи стратегического управления маркетингом в корпорациях.
8. Виды планирования будущего корпорации.
9. Основные принципы интерактивного планирования.
10. Основы реструктуризации маркетинговой службы корпорации.

Тема 4. Стратегическое управление маркетингом в корпорациях

1. Стратегия корпорации как способ достижения ее целей в меняющихся условиях внешней и внутренней среды.
2. Этапы разработки стратегии корпорации.
3. Модели инвестирования, используемые корпорациями.
4. Основные модели корпоративного управления.
5. Сущность стратегического управления маркетингом в корпорациях
6. Задачи стратегического управления маркетингом в корпорациях.

Тема 5. Планирование деятельности корпорации

1. Четыре основных типа ориентации в планировании будущего корпорации.
2. Реактивизм как стремление вернуться к предыдущему состоянию.
3. Инактивизм как система планирования, основанная на удовлетворенности существующим положением вещей, препятствующая изменениям.
3. Преактивизм как система, основанная на предсказании будущего и стремлении подготовки к нему.
4. Интерактивизм как система планирования, основанная на проектировании желаемого будущего и изыскания путей его построения.

Тема 6. Формирование комплекса маркетинга корпорации

1. Товарная политика корпорации.
2. Государственная политика повышения инновационной активности.
3. Ценовая политика корпорации.
4. Основные факторы, которые необходимо учитывать корпорации в процессе ценообразования.
5. Сбытовая политика корпорации.
6. Формирование структуры канала сбыта.
7. Взаимодействие с дочерними структурами в процессе сбыта.
8. Политика продвижения.
9. Персонализация взаимодействия.
10. Глобализация деятельности и снижение транзакционных издержек.

Тема 7. Интеграция маркетинга в корпорации

1. Варианты организационного развития маркетинга.
2. Основные функции подразделений отдела маркетинга в интегрированных структурах.
3. Распределение функций линейного и аппаратного подразделов службы маркетинга корпорации.
4. Маркетинговые исследования, сегментация и позиционирование в составе интегрированного маркетинга корпорации.

Тема 8. Контроль, оценка и аудит маркетинга в корпорации

Ревизия маркетинга корпорации.

Ревизия бизнес-ориентации корпорации.

Ревизия ресурсов корпорации количественными методиками SWOT-анализа. Ревизия конкурентной среды корпорации.

Аудит маркетинга корпорации.

Мониторинг и модификация маркетингового бюджета.

Управление клиентской базой корпорации.

Управление рентабельностью маркетинговой деятельностью корпорации.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 7			
	Текущий контроль		
1	Научный доклад	ПК-9	1. Сущность корпораций и их роль в экономике
2	Письменная работа	ПК-5	1. Сущность корпораций и их роль в экономике
3	Письменная работа	ПК-5	2. Процесс формирования и принципы управления современными корпорациями

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
4	Устный опрос	ПК-5	2. Процесс формирования и принципы управления современными корпорациями
5	Письменная работа	ПК-5	3. Оргструктура управления маркетингом в корпорации
6	Устный опрос	ПК-5, ПК-9	3. Оргструктура управления маркетингом в корпорации
7	Устный опрос	ПК-10	4. Стратегическое управление маркетингом в корпорациях
8	Дискуссия	ПК-5	5. Планирование деятельности корпорации
9	Устный опрос	ПК-9	5. Планирование деятельности корпорации
10	Письменная работа	ПК-10	6. Формирование комплекса маркетинга корпорации
11	Устный опрос	ПК-9	6. Формирование комплекса маркетинга корпорации
12	Письменная работа	ПК-5	7. Интеграция маркетинга в корпорации
13	Устный опрос	ПК-10	7. Интеграция маркетинга в корпорации
14	Устный опрос	ПК-5	8. Контроль, оценка и аудит маркетинга в корпорации
	Экзамен	ПК-10, ПК-5, ПК-9	

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 7					
Текущий контроль					
Научный доклад	Тема полностью раскрыта. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют поставленным задачам.	Тема в основном раскрыта. Продемонстрирован средний уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Тема частично раскрыта. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Используются источники, структура работы и применённые методы частично соответствуют поставленным задачам.	Тема не раскрыта. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Используются источники, структура работы и применённые методы не соответствуют поставленным задачам.	1
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	2
					3
					5
					10
					12

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	4
					6
					7
					9
					11
Дискуссия	Высокий уровень владения материалом по теме дискуссии. Превосходное умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Высокий уровень этики ведения дискуссии.	Средний уровень владения материалом по теме дискуссии. Хорошее умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Средний уровень этики ведения дискуссии.	Низкий уровень владения материалом по теме дискуссии. Слабое умение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Низкий уровень этики ведения дискуссии.	Недостаточный уровень владения материалом по теме дискуссии. Неумение формулировать свою позицию, отстаивать её в споре, задавать вопросы, обсуждать дискуссионные положения. Отсутствие этики ведения дискуссии.	8
					8
					8
Экзамен	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 7

Текущий контроль

1. Научный доклад

Тема 1

1. Перечислите основные признаки корпорации.
2. Какие документы необходимы для государственной регистрации корпорации?
3. Какими способами осуществляется реорганизация корпорации?
4. Перечислите и раскройте признаки классификации корпораций.
5. Какие преимущества приносит корпорация принимающей стране?
6. Какие проблемы могут возникнуть в связи с деятельностью ТНК?

2. Письменная работа

Тема 1

1. Дайте определения следующим видам корпоративных объединений: хозяйственная ассоциация, концерн, консорциум, картель, трест, синдикат.
2. Приведите пример каждого из видов корпоративного объединения.
3. На основе изученного материала, сформируйте таблицу:

Наименование объединения

Характеристика объединения

Продолжительность объединения

Степень жесткости объединения

Цель объединения

Степень юридической самостоятельности

Степень производственной самостоятельности

Степень коммерческой самостоятельности

Ассоциация

Концерн

Консорциум

Картель

Трест

Синдикат

3. Письменная работа

Тема 2

Задание

По характеру внутренних хозяйственных связей различают горизонтальные, вертикальные и диверсифицированные холдинги (конгломераты). Горизонтальный холдинг представляет собой совокупность предприятий, работающих в одной сфере деятельности. Вертикальный холдинг представляет собой совокупность предприятий, которые работают в различных отраслях, но являются участниками единой технологической цепочки. Диверсифицированный холдинг (конгломерат) представляет собой совокупность предприятий, работающих в различных отраслях и сферах деятельности, не имеющих между собой никакой технологической связи.

1. Сформулируйте цели создания горизонтальных, вертикальных и диверсифицированных холдингов.
2. Опишите преимущества и недостатки горизонтальных, вертикальных и диверсифицированных холдингов.
3. Ответ оформите в виде таблицы:

Столбцы: Виды холдингов, Цель создания, Преимущества, Недостатки

Строки: Горизонтальный холдинг, Вертикальный холдинг, Конгломерат

4. Устный опрос

Тема 2

1. Дайте характеристику четырем основным принципам корпоративного управления: справедливость, ответственность, прозрачность, подотчетность.
2. Опираясь на изученный материал, поясните, в чем заключается реализация каждого из принципов для акционеров (общего собрания акционеров), директоров (совета директоров), менеджмента (исполнительных органов). Представьте Ваши выводы в форме таблицы:

Принципы корпоративного управления

Органы системы корпоративного управления

акционеры (общее собрание акционеров)

директора (совет директоров) менеджмент (исполнительные органы)

Справедливость

Ответственность

Прозрачность

Подотчетность

5. Письменная работа

Тема 3

По характеру внутренних хозяйственных связей различают горизонтальные, вертикальные и диверсифицированные холдинги (конгломераты). Горизонтальный холдинг представляет собой совокупность предприятий, работающих в одной сфере деятельности. Вертикальный холдинг представляет собой совокупность предприятий, которые работают в различных отраслях, но являются участниками единой технологической цепочки. Диверсифицированный холдинг (конгломерат) представляет собой совокупность предприятий, работающих в различных отраслях и сферах деятельности, не имеющих между собой никакой технологической связи.

1. Сформулируйте цели создания горизонтальных, вертикальных и диверсифицированных холдингов.
2. Опишите преимущества и недостатки горизонтальных, вертикальных и диверсифицированных холдингов.
3. Ответ оформите в виде таблицы:

Виды холдингов Цель создания Преимущества Недостатки

Горизонтальный холдинг

Вертикальный холдинг

Конгломерат

6. Устный опрос

Тема 3

В рамках корпоративного управления очень часто затрагивается тема теории заинтересованных сторон. Данная теория, предложена в 1984 г. Э. Фрименом, и гласит о том, что любая корпорация в процессе своей деятельности взаимодействует с субъектами внутреннего и внешнего окружения (заинтересованными сторонами), интересы и требования которых должны приниматься ей во внимание и удовлетворяться. В широком смысле слова под заинтересованными сторонами понимают все субъекты внутреннего и внешнего окружения, с которыми корпорация вступает во взаимодействие. В узком смысле слова ? субъекты внутреннего и внешнего окружения (группы влияния), т.е. те группы, которые могут оказать влияние на благосостояние корпорации. При взаимодействии с корпорацией каждая из заинтересованных сторон ожидает получение определенного эффекта, а также несет некие затраты на установление этого взаимодействия. Соотношение эффекта с затратами позволит оценить эффективность взаимодействия корпорации с заинтересованными в ее деятельности сторонами.

Вопросы:

1. Определите перечень заинтересованных сторон, которые являются для корпорации ?группой влияния??
2. Охарактеризуйте затраты, которые несут выделенные в п.1. заинтересованные стороны при взаимодействии с корпорацией?
3. Охарактеризуйте эффект, который ожидают получить выделенные в п.1. заинтересованные стороны при взаимодействии с корпорацией?
4. Предложите показатели, которые могут оценить ?эффект? и ?затраты? каждой из заинтересованных сторон?
5. Ответ оформите в табличной форме:

Наименование заинтересованной стороны

Ожидаемый эффект

Показатели оценки ожидаемого эффекта

Понесенные затраты

Показатели оценки понесенных затрат

Сотрудники корпорации 1. достойный уровень заработной платы

2. соц. пакет

3. достойные условия труда и т.д. темп роста заработной платы;

темп роста премиального фонда;

экспертная оценка морального удовлетворения условиями труда

1. количество потраченного рабочего времени

2. посещение курсов повышения квалификации (получение дополнительного высшего образования, защита кандидатских и докторских диссертаций) и т.д. продолжительность рабочего дня, режим работы;

затраты на обучение

7. Устный опрос

Тема 4

1. Охарактеризуйте зависимость экономики России от корпоративного сектора. Для этого рассчитайте следующие показатели за последние 3-5 лет:

? доля корпораций в ВВП страны;

? численность занятых в корпоративном секторе экономики России;

? доля занятых в корпорациях от общего числа занятых на всех предприятиях страны;

? уровень средней заработной платы в корпоративном секторе экономики России;

? доля налоговых поступлений в бюджет страны, сформированная корпоративным сектором, в общем числе налоговых поступлений в бюджет со всех предприятий.

2. Перечислите преимущества и недостатки зависимости российской экономики от корпоративного сектора.

8. Дискуссия

Тема 5

Компания при выходе на внешний рынок решила использовать стратегию диверсификации своей продукции. Объясните основные позиции данной стратегии и действия компании по ее реализации.

9. Устный опрос

Тема 5

Согласно матрице И. Ансоффа существует четыре стратегии по рынку и товару, т.е. четыре альтернативных пути расширения маркетинговых возможностей:

1. Проникновение на рынок
2. Развитие рынка
3. Развитие товара
4. Диверсификация

Соотнесите стратегию со следующими утверждениями и дайте обоснованный ответ:

1. Не произошло изменений в предлагаемом ассортименте товаров, однако увеличение объема сбыта стало возможным благодаря улучшению рекламы, увеличению числа розничных торговых точек и (или) снижению цен.
2. Товар остался тем же, но предприняты шаги для выхода на ранее охваченный рынок.
3. Требуется разработка новых товаров и реализация их на новых рынках.
4. Товар меняется, но продается на существующем рынке.
5. Средство для удаления пятен, выпускавшееся до сих пор в виде порошка, появилось теперь в виде жидкости.
6. Компания выпускает теперь товары для взрослых наряду с детскими.
7. Товар продается сейчас как благодаря наличию в его составе кальция, так и эффекту антикислотного действия.
8. Компания, выпускающая пищевые товары, имеет теперь подразделение по производству моющих средств.
9. Компания, занимающаяся производством стальных дверей, приобрела компанию по производству корпусной мебели.

1. Охарактеризуйте деятельность ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?Холдинговой компании ?Ак Барс?, каким процентом акций каждой из дочерних компаний владеет холдинг.
2. Охарактеризуйте деятельность ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?, каким процентом акций каждой из дочерних компаний владеет холдинг.

10. Письменная работа

Тема 6

Компания ?Mom&Dad? предлагает широкий ассортимент товаров для будущих мам и детей в возрасте от 0 до 10 лет. Компания была основана в 1980 году в Германии. На сегодняшний день компания имеет более 1000 магазинов в 45 странах мира. В магазинах ?Mom&Dad? потребители могут найти:

- ? товары для будущих мам: одежду, белье, аксессуары, косметику;
- ? обувь (летнюю, зимнюю и межсезонную) для детей от 0 до 10 лет;
- ? товары для кормления и купания малыша;
- ? товары для оформления детской комнаты: матрасы, манежи, кровати, постельное белье и т.д.
- ? товары для путешествий: коляски, рюкзаки-кенгуру, автомобильные кресла.

Mom&Dad ? это просторные стильные магазины, оформленные в современном дизайне и предлагающие новый формат шоппинга для будущих и молодых родителей.

Во всем мире бренд Mom&Dad позиционирует себя в качестве эксперта по вопросам материнства и детства и предлагает широкий спектр не только товаров, но и услуг, призванных облегчить родительский труд и сделать процесс воспитания ребенка и саму беременность приятными и максимально комфортными.

Компания ?Mom&Dad? уделяет особое внимание доступности цен на свои товары. Уровень цен компании рассчитан на потребителя со средним уровнем дохода. В таблице представлен средний чек (в руб.) на товары различных категорий.

Таблица

Средний чек на товары компании ?Mom&Dad? (руб.)

Категория товара Товары для будущих мам Обувь Товары для кормления и купания Товары для оформления детской комнаты Товары для путешествий

Средний чек 1000-2000 1500-2500 1000-2000 5000-7000 15000-20000

Завоевав расположение потребителей во многих странах мира компания ?Mom&Dad? решила выйти на российский рынок, в частности на рынок города Казани. Основными потенциальными конкурентами компании ?Mom&Dad? на рынке города Казани являются магазин ?Mothercare?, магазин ?Кроха?, магазин ?Дочки&Сыночки?, магазин ?Детский?. Далее представлена краткая характеристика товарной, ценовой и сбытовой политики конкурентов.

Товарная политика

Магазин ?Mothercare? - данная компания предлагает широкий ассортимент товаров для будущих мама и детей, как самых маленьких, так и в возрасте от года до десяти лет. Все товары, предлагаемые данной компанией можно разделить на следующие категории: одежда для самых маленьких, одежда для девочек и мальчиков, гигиена и уход, автокресла, кормление, детская комната, коляски, игрушки, будущим мамам.

Магазин ?Кроха? - сеть магазинов ?Кроха? существует на рынке детских товаров с 2001 года, с первых дней её основания, основная цель компании - это низкие цены, широкий ассортимент и обслуживание покупателя на самом высоком уровне. В магазине представлен широкий ассортимент детского питания, косметики, аксессуаров для самых маленьких, одежда и обувь для детей от рождения до 7 лет, мебель, коляски, автокресла, огромный выбор игрушек и другие сопутствующие товары.

Магазин ?Дочки&Сыночки? - супермаркеты товаров для новорожденных, детей и подростков. Площадь каждого магазина составляет 1200-2500 кв.м., что позволяет представить потребителям широкий ассортимент товаров. Основные товарные категории: ?питание и кормление?, ?подгузники и гигиена?, ?одежда и обувь?, ?игрушки?, ?коляски и автокресла?, ?спорт и игры на улице?, ?детская комната?, ?развитие и обучение?, ?хобби и творчество?.

Магазин ?Детский мир? - группа компаний ?Детский мир? является крупнейшим розничным оператором торговли детскими товарами в России. Бренд ?Детский мир?, которому в 2013 году исполнилось 56 лет, является наиболее узнаваемым среди торговых сетей детских товаров. Современный гипермаркет ?Детский мир? включает около 50 тыс. наименований товаров детского ассортимента: игрушки, одежда и обувь, товары для новорожденных, канцелярские товары, наборы для творчества, товары для активного отдыха, автокресла, мебель.

Ценовая политика

Магазин ?Mothercare? - компания регулярно проводит ценовые исследования ассортимента наших конкурентов, и стремимся обеспечить своим потребителям возможность получить нужные специализированные товары по лучшим ценам. Уровень цен магазинов рассчитан на потребителей со средним уровнем доходов, но регулярные специальные предложения и распродажи ?прекрасный способ сэкономить без ущерба для качества и сделать товары доступными для широких масс.

Магазин ?Кроха? - сеть магазинов ?Кроха? предлагает товары по низким ценам, доступным для потребителей с уровнем дохода средний и ниже среднего. Система ?желтых ценников? позволяет совершать покупки максимально выгодно.

Магазин ?Дочки&Сыночки? - принцип компании - "золотая середина"

Она регулярно проводит мониторинг цен среди интернет-магазинов и розничных конкурентов и придерживается оптимального баланса.

Магазин ?Детский мир? - сеть магазинов работает в среднем ценовом сегменте. Целевой аудиторией компании являются семьи со средними доходами, к которым относится большинство посетителей торговых центров.

Для поддержки конкурентного уровня цен компания заключает прямые договора с крупнейшими мировыми производителями. Сегодня в числе партнеров компании свыше 1000 поставщиков.

Сбытовая политика

Магазин ?Mothercare? - в Казани компания имеет два магазина ? первый расположен в ТЦ ?Мега?, второй ? в ТЦ ?Республика?.

Магазин ?Кроха? - сеть магазинов ?Кроха? представлена на рынке г. Казани шестью магазинами, два из которых находятся в торговых центрах ?ТЦ ?Семья? и ТЦ ?Ваш Быт? остальные являются самостоятельными магазинами.

Магазин ?Дочки&Сыночки? - компания имеет на рынке г. Казани два магазина. Один расположен в ТЦ ?FRANT?, другой на улице Чуйкова.

Магазин ?Детский мир? - компания располагает свои магазины в торговых центрах города. На сегодняшний день магазины есть в ТЦ ?Мега?, в ТЦ ?Республика?, в ТЦ ?Тандем? и ТЦ ?Южный?.

Также более подробно с деятельностью конкурентов Вы можете ознакомиться на их сайтах:

Магазин ?Mothercare? - <http://www.mothercare.ru>

Магазин ?Кроха? - <http://kroha-kazan.ru/>

Магазин ?Дочки&Сыночки? - <http://www.dochkisinochki.ru>

Магазин ?Детский мир? - <http://www.detmir.ru>

Независимыми экспертами был проведен опрос 200 потребителей детских товаров на рынке г. Казани относительно товарной, ценовой и сбытовой политик магазинов ?Mothercare?, ?Кроха?, ?Дочки&Сыночки? и ?Детский мир?. Результаты опроса представлены в таблице:

Таблица

Наименование магазина Средний балл по категории (10-ти балльная шкала, где 1 ? наихудшая оценка, 10 ? наилучшая)

Товарная политика ? широта ассортимента Ценовая политика ? доступность цен Сбытовая политика ? широта охвата сбытовой сети Коммуникационная политика ? информированность потребителей

?Mothercare? 7 5 3 5

?Кроха? 9 9 9 3

?Дочки&Сыночки? 9 7 4 2

?Детский мир? 10 7 8 8

Вопросы:

1. Проведите конкурентный анализ рынка г. Казани. Выявите основные преимущества и недостатки конкурентов.

2. Постройте карты позиционирования по парам: ?товарная политика? - ?ценовая политика? и ?сбытовая политика? - ?коммуникационная политика?.
3. Постройте карту позиционирования ? лепестковую диаграмму по четырем критериям ? товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политика.
4. Разработайте план товарной, ценовой, сбытовой политики для компании ?Mom&Dad?, опираясь на конкурентный анализ.
5. Разработайте программу позиционирования компании ?Mom&Dad? на рынке г. Казани.

11. Устный опрос

Тема 6

Выберите правильные варианты ответов и дайте характеристику каждому элементу. Международный комплекс маркетинга включает следующие элементы:

- ? исследование
- ? прогнозирование
- ? потребители
- ? товар
- ? производство
- ? цена
- ? информация
- ? система распределения
- ? конкуренты
- ? система продвижения

12. Письменная работа

Тема 7

ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс? ? управляющая компания группы промышленных, строительных, сельскохозяйственных, пищевых, транспортных и торговых предприятий Республики Татарстан. Компания, основанная в 1998 году ? один из крупнейших многопрофильных холдингов Республики Татарстан.

Состав и структура отраслевых направлений холдинга представлена в таблице:

Наименование предприятия Основные направления деятельности

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

ОАО ?Зеленодольский завод им. А.М. Горького? судостроение, машиностроение, металлургическое производство

ОАО ?Казанский завод ?Электроприбор? Производство продукции авиационного назначения, автокомпонентов, товаров народного потребления (замки, мед. принадлежности)

ТОРГОВЛЯ

ОАО ?АЗЫК? (Сеть магазинов ?Пестречинка?) розничная торговля

ООО ?Пестречинка? реализация продукции мяса птицы

ООО ?Ак Барс Торг? (Сеть магазинов ?Пятерочка?) розничная торговля

АГРОКОМПЛЕКС

ОАО ?Агрофирма ?Ак Барс-Агрыз?

ООО ?Ак Барс Агро?

ОАО ?Агрофирма ?Ак Барс-Пестрецы? Животноводство, растениеводство

ОАО ?Птицефабрика ?Казанская?

ООО ?Птицеводческий комплекс ?Ак Барс? птицеводство

ОАО ?Арский элеватор?

ОАО ?Казаньзернопродукт?

ОАО ?Каратунское хлебоприемное предприятие?

ОАО ?Камско-Устьинское хлебоприемное предприятие? зернопереработка

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

ОАО ?Холод? производство мороженого и рыбной продукции

ООО ?Семь хлебов?

ОАО ?Нижекамский хлебокомбинат? производство хлебобулочных и кондитерских изделий

СТРОИТЕЛЬСТВО

ОАО ?АСПК? производство кирпича

ОАО ?Камгэсэнергострой? многопрофильные строительно-монтажные работы

ООО ?Ак Барс ?Металл? Производство металлоконструкций общестроительного назначения, мостовых металлоконструкций, резервуаров для жидкостей

АВИАПЕРЕВОЗКИ

Ак Барс Аэро авиаперевозки

ОХРАННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

ООО ?ЧОП ?Гранит?

ООО ?ЧОП ?Гранит 2?

ООО ОА ?Тимерхан?

ООО ОА ?Тимерхан 2? охрана

КУЛЬТУРА, ОТДЫХ И СПОРТ

ООО ?Тимерхан? культурно-развлекательный комплекс (ресторан, боулинг, бильярд, голф-зал)

АНО МКСЦ ?Ак Барс?

ООО ?Дворец единоборств ?Ак Барс? культурно-спортивный конмлекс

IT. КОНСАЛТИНГ

ООО ?АйТи Си Казань? Управленческий консалтинг, разработка IT-технологий, IT-аутсорсинг

Более подробно с деятельностью каждого предприятия холдинга можно ознакомиться на сайте - <http://www.abh.ru>

Вопросы:

1. Опишите горизонтальные и вертикальные связи, которые выстраиваются между предприятиями, входящими в состав многопрофильной холдинговой компании ?Ак Барс?.
2. Поясните, какую роль играют предприятия, входящие в блоки ?Охранные предприятия? и ?IT. Консалтинг?.
3. Поясните, какую роль играют предприятия, входящие в состав блока ?Культура. Отдых. Спорт? для ОАО ?Холдинговой компании ?Ак Барс?.
4. Предложите дальнейшую стратегию развития структуры ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?.

13. Устный опрос

Тема 7

Компания выходит на российский рынок и ей необходимо провести сегментацию.

Выберите вид деятельности, которым занимается компании, выходящая на российский рынок:

1. производство и продажа ортопедических матрасов;
2. производство и продажа мягкой и корпусной мебели;
3. ресторан типа фаст-фуд;
4. производство и продажа стальных дверей;
5. продажа товаров для детей;
6. продажа бытовой техники;
7. розничная торговая сеть;
8. банк.

Определите для выбранной компании критерии и признаки сегментации сформируйте таблицу:

Критерии и признаки сегментации Описание сегмента

Сегмент 1 Сегмент 2

1. Различия в доходах (уровень дохода)

?

?

14. Устный опрос

Тема 8

Аудит маркетинговой среды

1. Анализ макросреды.
2. Демографические факторы.
3. Экономические факторы.
4. Природные факторы.
5. Научно-технические факторы.
6. Политические факторы.
7. Факторы культурного окружения.
8. Анализ микросреды. Рынки. Клиентура. Конкуренты. Система распределения. Поставщики.
9. Маркетинговые специализированные организации.
10. Контактные аудитории.

Аудит стратегии маркетинга

1. Программа деятельности корпорации и ее ориентация на рыночную деятельность.
2. Стратегические цели маркетинга корпорации.
3. Анализ соответствия стратегических целей и миссии корпорации.
4. Задачи и их соответствие реальному конкурентному положению корпорации, ее ресурсам и возможностям.
5. Оптимальность сегментации рынка.
6. Корректность позиционирования корпорации.
7. Корректность позиционирования товарных групп корпорации.

Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Понятие категории "корпорация" в российском законодательстве и законодательстве других стран. Примеры корпораций в России и за рубежом

2. Характеристика деятельности ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ХК ?Ак Барс?, анализ основных экономических показателей деятельности холдинга за 2012 и 2013 гг. (из годового отчета)
3. Степень зависимости российской экономики от корпоративного сектора: перечислить преимущества и недостатки данной зависимости.
4. Характеристика деятельности ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?,
5. Три модели управления акционерными обществами развитых рынков капитала: Англо-американская модель. Японская модель. Немецкая модель.
6. Статистические данные за последние 3-5 лет, которые позволяют охарактеризовать долю корпоративного сектора экономики (например, доля корпоративного сектора в ВВП; численность занятых в корпорациях; доля всего населения, занятая в корпорациях; средняя заработная плата в корпоративном секторе; основные отрасли российской экономики, преобладающие в корпоративном секторе и т.д.) России.
7. Виды корпоративных объединений: хозяйственная ассоциация, концерн, консорциум, картель, конгломерат, трест, синдикат, холдинг (с примерами)
8. Характеристика деятельности ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?
9. Федеральный закон ?Об акционерных обществах?, основные положения.
10. Характеристика деятельности ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ХК ?Ак Барс?, анализ основных экономических показателей деятельности холдинга за 2012 и 2013 гг. (из годового отчета)
11. Топ 100 (200) крупнейших корпораций мира по версии Forbes за 2013 год
Холдинг: понятие, классификация
12. Статистические данные за последние 3-5 лет, которые позволяют охарактеризовать долю корпоративного сектора экономики (например, доля корпоративного сектора в ВВП; численность занятых в корпорациях; доля всего населения, занятая в корпорациях; средняя заработная плата в корпоративном секторе; основные отрасли российской экономики, преобладающие в корпоративном секторе и т.д.) России.
13. Интеграция и диверсификация: понятие и виды.
14. Характеристика деятельности ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?,
15. Анализ отчета слияний и поглощений за 2012 год (основные выводы, которые были сделаны на семинаре)
16. Принципы корпоративного управления
17. Особенности управления российскими корпорациями
18. Статистические данные за последние 3-5 лет, которые позволяют охарактеризовать долю корпоративного сектора экономики (например, доля корпоративного сектора в ВВП; численность занятых в корпорациях; доля всего населения, занятая в корпорациях; средняя заработная плата в корпоративном секторе; основные отрасли российской экономики, преобладающие в корпоративном секторе и т.д.) России.
19. Базовые варианты организации службы маркетинга в корпорации
20. Характеристика деятельности ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ХК ?Ак Барс?, анализ основных экономических показателей деятельности холдинга за 2012 и 2013 гг. (из годового отчета)
21. Варианты комбинированных структур управления маркетингом
22. Характеристика деятельности ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?,
23. Проектная и матричная структура управления маркетингом
24. Характеристика деятельности ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ХК ?Ак Барс?, анализ основных экономических показателей деятельности холдинга за 2012 и 2013 гг. (из годового отчета)
25. Современные стратегические модели корпораций
26. Статистические данные за последние 3-5 лет, которые позволяют охарактеризовать долю корпоративного сектора экономики (например, доля корпоративного сектора в ВВП; численность занятых в корпорациях; доля всего населения, занятая в корпорациях; средняя заработная плата в корпоративном секторе; основные отрасли российской экономики, преобладающие в корпоративном секторе и т.д.) России.

27. Сущность и задачи стратегического управления маркетингом в корпорациях
28. Характеристика деятельности ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ХК ?Ак Барс?, анализ основных экономических показателей деятельности холдинга за 2012 и 2013 гг. (из годового отчета)
29. Виды планирования будущего корпорации
30. Анализ отчета слияний и поглощений за 2012 год (основные выводы, которые были сделаны на семинаре)
31. Основы реструктуризации корпорации
32. Характеристика деятельности ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ХК ?Ак Барс?, анализ основных экономических показателей деятельности холдинга за 2012 и 2013 гг. (из годового отчета)
33. Формирование комплекса маркетинга корпорации
34. Статистические данные за последние 3-5 лет, которые позволяют охарактеризовать долю корпоративного сектора экономики (например, доля корпоративного сектора в ВВП; численность занятых в корпорациях; доля всего населения, занятая в корпорациях; средняя заработная плата в корпоративном секторе; основные отрасли российской экономики, преобладающие в корпоративном секторе и т.д.) России.
35. Товарная политика корпорации
36. Характеристика деятельности ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?,
37. Ценовая политика корпорации
38. Характеристика деятельности ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?,
39. Сбытовая политика корпорации
40. Статистические данные за последние 3-5 лет, которые позволят охарактеризовать долю корпоративного сектора экономики (например, доля корпоративного сектора в ВВП; численность занятых в корпорациях; доля всего населения, занятая в корпорациях; средняя заработная плата в корпоративном секторе; основные отрасли российской экономики, преобладающие в корпоративном секторе и т.д.) России.
41. Политика продвижения
42. Характеристика деятельности ОАО ?Холдинговая компания ?Ак Барс?: кто является учредителями, когда и при каких обстоятельствах создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ХК ?Ак Барс?, анализ основных экономических показателей деятельности холдинга за 2012 и 2013 гг. (из годового отчета)
43. Основные функции подразделений отдела маркетинга в интегрированных структурах
44. Статистические данные за последние 3-5 лет, которые позволят охарактеризовать долю корпоративного сектора экономики (например, доля корпоративного сектора в ВВП; численность занятых в корпорациях; доля всего населения, занятая в корпорациях; средняя заработная плата в корпоративном секторе; основные отрасли российской экономики, преобладающие в корпоративном секторе и т.д.) России.
45. Маркетинговые исследования, сегментация и позиционирование в составе интегрированного маркетинга корпорации
46. Характеристика деятельности ОАО Холдинговая компания ?ТАИФ?: кто является учредителями, когда создана, какие виды деятельности осуществляет, какие виды деятельности являются доминирующими и наиболее стратегически значимыми для холдинга, сколько организаций входит в состав ОАО ?ТАИФ?,

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 7			
Текущий контроль			
Научный доклад	Обучающиеся самостоятельно пишут работу на заданную тему и сдают преподавателю в письменном виде. В работе производится обзор материала в определённой тематической области либо предлагается собственное решение определённой теоретической или практической проблемы. Оцениваются проработка источников, изложение материала, формулировка выводов, соблюдение требований к структуре и оформлению работы, своевременность выполнения. В случае публичной защиты оцениваются также ораторские способности.	1	4
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	2	6
		3	6
		5	6
		10	6
		12	6
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	4	2
		6	2
		7	2
		9	2
		11	2
		13	2
		14	2
Дискуссия	На занятии преподаватель формулирует проблему, не имеющую однозначного решения. Обучающиеся предлагают решения, формулируют свою позицию, задают друг другу вопросы, выдвигают аргументы и контраргументы в режиме дискуссии. Оцениваются владение материалом, способность генерировать свои идеи и давать обоснованную оценку чужим идеям, задавать вопросы и отвечать на вопросы, работать в группе, придерживаться этики ведения дискуссии.	8	2
Экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Организационный дизайн. Решения для корпораций, компаний, предприятий : учеб. пособие / под ред. В.В. Кондратьева. ? М. : ИНФРА-М, 2018.? 111 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. ? (Управление производством// <http://znanium.com/bookread2.php?book=600402>
2. Иванов Игорь Николаевич. Менеджмент корпорации: Учебник / И.Н. Иванов; Государственный Университет Управления. - М.: ИНФРА-М, 2004. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 5-16-002108-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/82822/> <http://znanium.com/bookread2.php?book=82822>
3. Текутьев, Д.И. Правовой механизм повышения эффективности деятельности членов органов управления корпорации [Электронный ресурс] / Д.И. Текутьев. - М. : Статут, 2017. - 176 с. - ISBN 978-5-8354-1319-5. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1014920/> <http://znanium.com/bookread2.php?book=1014920>

7.2. Дополнительная литература:

1. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика : монография / Т.Е. Никитина, К.А. Смирнова ; науч. ред. К.А. Смирнов. ? М. : ИНФРА-М, 2017. - 166 с. ? (Научная мысль). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/750758/> <http://znanium.com/bookread2.php?book=750758>
2. 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; Маркетинг). (обложка) ISBN 978-5-16-005497-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/306597/> <http://znanium.com/bookread2.php?book=306597>
3. Иванова Юлия Николаевна. Методология стратегического планирования российских трансрегиональных корпораций: Монография / Ю.Н. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 228 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011393-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/533874/> <http://znanium.com/bookread2.php?book=533874>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

ГК РФ Статья 65.3. Управление в корпорации -

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/038d7bf588070a52b57e90e5588d2ab9922268b1/

Общие принципы управления корпорацией -

<http://www.libsid.ru/korporativnoe-pravo/korporativnoe-pravo-osobennaya-chast/obschie-printsipi-upravleniya-korporatsiey>

Особенности организации управления корпорацией - http://polbu.ru/chub_corpmanage/ch02_all.html

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержатся в лекционном материале.
практические занятия	Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по: лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме заданиям для самостоятельной работы. В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, чтобы до практического занятия : изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Для ее успешного выполнения необходимы планирование и контроль со стороны преподавателей, а также планирование объема самостоятельной работы в учебных планах специальностей профилирующими кафедрами, учебной частью, методическими службами учебного заведения. СРС предназначена не только для овладения каждой дисциплиной, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной, профессиональной деятельности, способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решить проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т. д.

Вид работ	Методические рекомендации
устный опрос	<p>Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развернутое, связанное, логически выстроенное сообщение.</p>
письменная работа	<p>Выполнение письменной работы осуществляется в три этапа. На первом этапе происходит выбор или получение темы студентом. Вторым этапом подразумевается непосредственную подготовку к написанию письменной работы. Данный этап включает отбор материала, изучение литературы, составление оглавления будущей письменной работы. Первоначально студенту необходимо определить цель написания работы по закреплённой теме, а также перечень решаемых вопросов. На третьем этапе происходит систематизация отобранного материала, его обобщение, а также формулировка выводов по заданной теме. Подготовка письменной работы на третьем этапе является наиболее трудоёмкой, в ходе которой студент методами анализа и синтеза непосредственно осуществляет написание и оформление письменной работы.</p>
научный доклад	<p>Для подготовки доклада необходимо выбрать тему из имеющихся в рабочей программе списков. Желательно, чтобы тема была интересна докладчику и вызывала желание качественно подготовить материалы. Подготовка доклада предполагает определение цели доклада; подбор необходимого материала, определяющего содержание доклада; составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности. Композиция доклада имеет вступление, основную часть и заключение. Вступление должно содержать: название доклада; сообщение основной идеи; современную оценку предмета изложения; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; интересную для слушателей форму изложения. Основная часть, в которой необходимо раскрыть суть темы, обычно строится по принципу отчёта. Задача основной части: представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой. Заключение ?чёткое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме.</p>
дискуссия	<p>Подготовка к дискуссии предполагает реализацию следующих этапов: 1.Формулировка проблемы, цели. 2.Сбор сведений о предмете спорта, определение понятий. 3.Подбор аргументов. 4.Формулировка вопросов к оппонентам 5. Оценка аудитории Для их реализации студент должен повторить пройденный материал, изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме. Непременным условием правильного решения задач является умение четко сформулировать к основному вопросу дополнительные вопросы, охватывающие содержание задачи. Правильный ответ на дополнительные вопросы позволит сделать верный окончательный вывод.</p>
экзамен	<p>Подготовка к экзамену является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к экзамену выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо непонятно как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед экзаменом.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Управление маркетинговой деятельностью корпораций" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Mozilla Firefox

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Управление маркетинговой деятельностью корпораций" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки не предусмотрено .