

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук
Школа публичной политики и управления
Кафедра международного менеджмента

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой международного
менеджмента
Протокол от «2» мая 2019 г.
№ 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.11 Маркетинг (Marketing)

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Бизнес, культура и языки стран Европы (European Business, Languages and Culture).

Англоязычный бакалавриат»

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

Год набора – 2020 г.

Москва, 2019 г.

Автор–составитель:

Старший преподаватель кафедры Международного менеджмента Чумак С.А.

Заведующий кафедрой

международного менеджмента ИОН РАНХиГС, к.э.н. Абрамова Н. М.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.Б.11 Маркетинг (Marketing) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-6	владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-6.2	освоение методов принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
ПК-6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ПК-6.1	Знание особенностей деятельности по управлению проектом.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-6.2	Обучающийся в рамках экзамена, собеседования, тестирования и на семинарах демонстрирует владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Организация работы и надзор за участниками аудиторской группы.	ПК-6.1	Обучающийся знает особенности деятельности по управлению проектом.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Объем дисциплины: 216/6 162/6

Контактная работа: 28/21

Лекции 20/15

Лабораторные работы
Практические занятия 8/3
Самостоятельная работа 152/114

Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.Б.11 Маркетинг (Marketing)

курс(ы), семестр(ы) или триместр(ы) ее освоения в соответствии с учебным планом:
3 курс, 5 семестр

дисциплина изучается на основе:

Б1.В.ДВ.05.01 Европейская бизнес-среда (European Business Environment)

Б1.В.ДВ.05.02 Международная бизнес-среда (International Business Environment)

форма(ы) промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: Экзамен
курсовой проект

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КСР		
Тема 1	Fundamentals of Modern Marketing Thoughts		4/3				30/22,5	Д, О
Тема 2	Marketing Analysis		4/3		2/1,5		30/22,5	Д, О
Тема 3	Marketing Mix Decisions		4/3		2/1,5		30/22,5	Д, О
Тема 4	Competition and Marketing		4/3		2/1,5		30/22,5	Д, О
Тема 5	Marketing Implementation and Application		4/3		2/1,5		32/24	Д, О
Промежуточная аттестация								Экзамен курсовой проект
Всего:		216/6 162/6	20/15		8/6		152/14	36/27

*Примечание - опрос (О), диспут (Д)

Содержание дисциплины

№	Наименование темы	Содержание
---	-------------------	------------

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	Fundamentals of Modern Marketing Thoughts	What is marketing The marketing concepts Marketing vs product orientation Marketing planning, Marketing Mix
Тема 2	Marketing Analysis	The Marketing Environment (PESTEL) Understanding of buyer behavior Influences on consumer behavior Understanding Organizational buying behavior Marketing Ethics and CSR MIS The importance of marketing Research Marketing segmentation, targeting and positioning
Тема 3	Marketing Mix Decisions	Branding and corporate identity management Brand and branding Services marketing Product life cycle (use and limitation of it Development of New products Pricing strategy Promotion- Integrated marketing communication People element in marketing Mass marketing communication Place- Distribution channels in marketing Digital marketing and Social Media Digital promotion and planning
Тема 4	Competition and Marketing	Analysing competition and creating a competitive Advantage Competitive marketing strategy Competitive behavior in the market Global marketing strategy- Adaptation and Standardisation
Тема 5	Marketing Implementation and Application	Marketing strategy implementation and control Barriers to implementation Marketing control Operational control and use of marketing metrics

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: опрос, диспут

при проведении занятий семинарского типа: опрос, диспут

4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):
 Экзамен курсовой проект

4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Discussion questions:

Why do marketing professionals care about and participate in supply chain decisions?

What criteria do you think companies look at when evaluating the performance of their supply chain partners? Make a list of them.

Is the electronic delivery of products always better? To what extent does it depend on the customer?

Discuss the supply chain for education at your college. What elements does it consist of? What aspects of its delivery could be improved opinion? What sort of alternate sourcing and delivery methods might be used? Can education be warehoused? How?

Explain three different types of public relations tools that a company can use to generate interest in its products.

What types of sponsorships are becoming more popular and why?

How can an organization use all four social media zones?

What are the risks of posting information on social media?

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-6	владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-6.2	освоение методов принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
ПК-6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ПК-6.1	Знание особенностей деятельности по управлению проектом.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Report topics:

Brand Equity

Branding (in Marketing)

International Marketing

Internet Marketing
 Market Segmentation
 Marketing
 Marketing Research
 Psychographics
 Social Marketing
 Sports Marketing
 Telemarketing

Шкала оценивания.

Показатель оценивания	Критерий оценивания
Обучающийся в рамках экзамена, собеседования, тестирования и на семинарах демонстрирует владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	Применяет различные методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
Обучающийся знает особенности деятельности по управлению проектом.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не имеет базовых знаний. 2. Фрагментарные знания. 3. Демонстрирует частичные знания. 4. Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания. 5. Сформированные систематические знания.

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
100-81	5, «отлично»	<p>- Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>- Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p>
80-61	4, «хорошо»	<p>- Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p>

		- Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
60-41	3, «удовлетворительно»	- Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. - Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
40-0	2, «неудовлетворительно»	- Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. - Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля продемонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.
45-100	Зачет	- Курс полностью освоен. Студент показывает хороший стандартный уровень знаний всех аспектов, использует терминологию и словообразование и хорошо применяет теорию к решению задач.
0 - 44	Незачет	- Студент не подготовлен и не может показать достаточного знания материала курса.

4.4 Методические рекомендации

При написании доклада следует руководствоваться следующими критериями:

1. Ясность: доклад должен быть написан четко. Идеи должны быть представлены последовательно. Стиль письма должен способствовать пониманию изложенных идей. Рекомендуется писать короткими и понятными предложениями, составляющими четкие недлинные абзацы.

2. Аргументация: доклад должен быть четко и связно аргументированно. Недостаточно привести список сторонних идей или же повторить первоначальный материал. Следует постараться выстроить собственную систему аргументации.

3. Структура: Доклад должен быть структурирован, он должен состоять из четкого введения, основной части и заключения, при возможности, включать дополнительные разделы. Идеи должны быть четко разделены на абзацы, необходимо соблюдать плавный логический переход от одного параграфа к другому.

4. Концептуальная ясность: необходимо показать четкое понимание рассматриваемых концепций. Следует последовательно переходить от одной

рассматриваемой концепции к другой. Следует корректно и внимательно использовать терминологический аппарат, связанный с рассматриваемой концепцией. Следует раскрывать значение всех впервые используемых терминов.

5. Актуальность работы и ограничение: при написании доклада следует использовать материал, связанный исключительно с проблематикой работы, опускать даже самые интересные сторонние материалы. Будьте готовы много читать и излагать свои мысли в максимально лаконичной манере.

6. Оформление: доклад сдается в напечатанном виде, после тщательной предварительной вычитки и редактуры. Необходимо уделить внимание правописанию, соблюдению грамматических правил, разделению на параграфы и правильному оформлению списка литературы. Наличие грамматических, лексических и пунктуационных ошибок приводит к снижению финальной оценки за работу. Правильное оформление цитат и наличие полного списка литературы в конце работы являются обязательными условиями. Набор текста работы осуществляется шрифтом размером 12 пунктов с двойным пробелом. При возможности, в целях экономии бумаги работа печатается на обеих сторонах листа.

7. Работа с источниками: источники, используемые при написании работы, должны соответствовать требованиям, применяемым к работам студентов, обучающихся на первом курсе бакалавриата. Недостаток фоновых гуманитарных знаний и навыка исследовательской работы значительно осложняет успешное написание эссе. Не следует всецело доверять онлайн источникам – нередко качество предоставляемой ими информации оставляет желать лучшего. Также не следует ограничиваться одним или двумя источниками. Не следует читать все подряд. Экономьте свое время: используйте литературу, упомянутую в данной брошюре, а также источники, приведенные в библиографиях признанных изданий. В целом, чем больше вы читаете, тем выше качество вашей работы. Однако не следует ссылаться на все прочитанные источники – это может превратить ваш доклад в набор цитат. Целью ознакомления с литературой является всестороннее понимание проблематики работы без непосредственного практического участия.

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

Этот курс преподается с использованием различных подходов. Студенты должны подготовиться к началу курса, в том числе, читая литературу по теме маркетинга. Классное время будет использовано для дискуссий и обсуждений в целях развития критического мышления и выработки собственной точки зрения на вопросы в сфере маркетинга.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература.

1. Hood, David James. The Marketing Manifesto, Kogan Page, 2013. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=1109933>.
2. Marketing Strategies and Practices in the Contemporary Environment., edited by Gillian Wright, et al., Emerald Group Publishing Limited, 2014. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=1752802>.

6.2. Дополнительная литература.

- 1.Kourdi, Jeremy. The Marketing Century : How Marketing Drives Business and Shapes Society, John Wiley & Sons, Incorporated, 2011. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=675210>.
- 2.Lopez, Santiago. Value-based Marketing Strategy : Pricing and Costs for Relationship Marketing, Vernon Press, 2015. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=4771410>.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

6.4. Нормативные правовые документы.

6.5. Интернет-ресурсы.

6.6. Иные источники.

Day G. & Ben K. (2005), “Capitalizing on the Internet Opportunity”, Journal of Business & Industrial Marketing, 20: 160-168..

Bradshaw D. & Brash C. (2001), “Managing Customer Relationships in the e-Business world: How to personalise Computer Relationships for Increased Profitability”, International Journal of Retail & Distribution Management, 29: 520-529.

Chan J.O. (2005), “Toward a Unified View of Customer Relationship Management” Journal of American Academy of Business, 6 (1): 32-38.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий требуется класс, оборудованный доской, маркерами, компьютером и проектором.