Приложение 7 ОП ВО

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.06 Маркетинг
(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки (специальности)

Управление глобальными вызовами
(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……...4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы……...5
3. Содержание и структура дисциплины……..6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине……...7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины……..14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине……...15
6.1. Основная литература……15
6.2. Дополнительная литература……15
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы…….15
6.4. Нормативные правовые документы……15
6.5. Интернет-ресурсы…….15
6.6. Иные источники……16
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы…….16

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

1.1. Дисциплина Б1.Б.06 Маркетинг обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-6	Владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-6.1	Освоение знаний о методах принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
07.002 ОТФ: Информационно-аналитическая и организационно-административная поддержка деятельности руководителя организации ТФ: Организация деловых контактов и протокольных мероприятий.	ОПК-6.1	На уровне знаний: о сущности управленческого решения, особенностях принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций, этапах принятия управленческих решений, видах управленческих решений, требованиях к управленческим решениям, методах принятия решений.
		На уровне умений: 1) применять различные методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.
		На уровне навыков: 1) разработки и реализации принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Объем дисциплины: 180/5 135/5
Контактная работа: 28/21
Лекции 20/15
Лабораторные работы
Практические занятия 8/3
Самостоятельная работа 116/87

Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.Б.06 Маркетинг

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

дисциплины, которые преподаются до реализации данной дисциплины: -

дисциплины, для которых реализуемая дисциплина служит опорой: -

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

Регламент распределения видов работ по дисциплине с ДОТ

Данная дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ). Распределение видов учебной работы, форматов текущего контроля представлены в таблице:

Вид учебной работы	**Формат проведения**
Лекции	С частичным применением ДОТ
Практические занятия	С частичным применением ДОТ
Самостоятельная работа	С частичным применением ДОТ
Промежуточная аттестация	С частичным применением ДОТ
Формы текущего контроля	**Формат проведения**
Диспут	С частичным применением ДОТ
Опрос	С частичным применением ДОТ

Доступ к системе дистанционных образовательных осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: https://lms.ranepa.ru. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 14 рабочих дней после окончания срока выполнения.

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	Основы современной теории маркетинга		**4/3**				**24/18**	**Д, О**
Тема 2	Маркетинговый анализ		**4/3**		**2/1,5**		**24/18**	**Д, О**

Тема 3	Маркетинговые ходы и решения		**4/3**		**2/1,5**		**24/18**	**Д, О**
Тема 4	Маркетинг и конкуренция		**4/3**		**2/1,5**		**24/18**	**Д, О**
Тема 5	Реализация и применение маркетинга		**4/3**		**2/1,5**		**20/15**	**Д, О**
Промежуточная аттестация								**Экзамен курсовой проект**
Всего:		**180/5 135/5**	**20/15**		**8/6**		**116/87**	**36/27**

**Примечание - опрос (О), диспут (Д).*

Содержание дисциплины

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	Основы современной теории маркетинга	Понятие маркетинга Концепция маркетинга Маркетинг и ориентирование продукта Маркетинговое планирование, маркетинговые ходы
Тема 2	Маркетинговый анализ	Маркетинговая среда (PESTEL) Понимание поведения потребителя Влияние поведения потребителя Понимание организационного поведения потребителя Этика маркетинга и понятие корпоративной социальной ответственности Маркетинговая информационная система Важность маркетинговых исследований Маркетинговая сегментация, таргетинг и позиционирование
Тема 3	Маркетинговые ходы и решения	Брендинг и управление фирменным стилем компании Бренд и брендинг Маркетинг услуг Жизненный цикл изделия Разработка новых продуктов Стратегия Ценнообразования Продвижение - Интегрированная маркетинговая коммуникация Человеческий элемент в маркетинге Массовые маркетинговые коммуникации Каналы распределения в маркетинге Цифровой маркетинг и социальные медиа Цифровое продвижение и планирование

№	Наименование темы	Содержание
Тема 4	Маркетинг и конкуренция	Анализ конкуренции и создание конкурентного преимущества Конкурентное поведение на рынке Глобальная маркетинговая стратегия - адаптация и стандартизация
Тема 5	Реализация и применение маркетинга	Внедрение и контроль маркетинговой стратегии Препятствие на пути реализации стратегии Маркетинговый контроль Операционный контроль и использование маркетинговых показателей

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 (индекс, наименование) 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 в форме курсового проекта (доклад)

4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Тема 1. Основы современной теории маркетинга

Почему специалисты по маркетингу заботятся о вопросах, касающихся цепочки поставок и участвуют в решениях, связанных с ней?
По каким критериям вы оцениваете компании при оценке эффективности своих партнеров по цепочке поставок? Составьте список из таких критериев.

Тема 2. Маркетинговый анализ

Лучше ли электронная доставка продуктов? В какой степени это зависит от клиента? Обсудите цепочку поставок для обучения в вашей организации. Из каких элементов она состоит? Какие аспекты доставки могли бы улучшить ваше мнение? Какие могут использоваться альтернативные методы поиска и доставки? Может ли образование быть складировано? Каким образом?

Тема 3. Маркетинговые ходы и решения

Каковы три различных типа инструментов связей с общественностью, которые компания может использовать для развития интереса к своей продукции?

Тема 4. Маркетинг и конкуренция

Какие типы спонсорства становятся все более популярными и почему?
Как организация может использовать все четыре зоны социальных сетей?

Тема 5. Реализация и применение маркетинга

Каковы риски размещения информации в социальных сетях?

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	Владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-6.1	Освоение знаний о методах принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
1 этап (код этапа - ОПК-6.1) - Освоение знаний о методах принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	Обучающийся в рамках экзамена, собеседования, тестирования и на семинарах демонстрирует знания о методах принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	- 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. - Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного

		контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Темы и вопросы для курсового проекта:

Ценность бренда
Брендинг (в маркетинге)
Международный маркетинг
Интернет-маркетинг
Сегментация рынка
Маркетинг
Маркетинговое исследование
Психографические исследования
Социальный маркетинг
Спортивный маркетинг
Телемаркетинг

Шкала оценивания.

Показатель оценивания	**Критерий оценивания**
Обучающийся в рамках экзамена, собеседования, тестирования и на семинарах демонстрирует знания о методах принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	- 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. - Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.

Баллы (рейтинговой оценки), %	**Оценка**	**Требования к знаниям**

100-81	5, «отлично»	– 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. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.
80-61	4, «хорошо»	– 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. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
60-41	3, «удовлетво-рительно»	– 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, «неудовлет-ворительно»	– 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 демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4 Методические материалы

Освоение учебной дисциплины сопровождается промежуточной аттестацией студентов, проводимой в соответствии с учебным планом в форме экзамена. Содержание заданий соответствует рабочей программе дисциплины и обеспечивает контроль формирования у студентов соответствующих компетенций. Знания студентов проверяются с помощью доклада (курсовой проект).

При написании доклада следует руководствоваться следующими критериями:

1. Ясность: доклад должен быть написан четко. Идеи должны быть представлены последовательно. Стиль письма должен способствовать понимаю 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.

Освоение учебной дисциплины сопровождается промежуточной аттестацией студентов, проводимой в соответствии с учебным планом в форме экзамена. Содержание заданий соответствует рабочей программе дисциплины и обеспечивает контроль формирования у студентов соответствующих компетенций. Знания студентов проверяются с помощью доклада (курсовой проект).

При написании доклада следует руководствоваться следующими критериями:

1. Ясность: доклад должен быть написан четко. Идеи должны быть представлены последовательно. Стиль письма должен способствовать понимаю 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.

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. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/bcode/452429
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/bcode/433737

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.

1. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Налоговый кодекс РФ. Часть первая : от 31.07.1998 № 146-ФЗ : (ред. от 15.02.2016 N 32-ФЗ, от 05.04.2016 N 101-ФЗ, от 05.04.2016 N 102-ФЗ, от 26.04.2016 N 110-ФЗ
2. Федеральный закон от 29.11.2007 № 282-ФЗ "Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации"
3. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации

6.5. Интернет-ресурсы.

http://www.wto.ru/

http://archive.kremlin.ru/eng/text/docs/2009/03/213995.shtml

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.
Используется лицензионное программное обеспечение, а также, созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающей освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.