

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В. П. Астафьева (КГПУ им. В. П. Астафьева)

Кафедра экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (Профиль) образовательной программы «Менеджмент организации»

Степень (квалификация) – Бакалавр

Красноярск 2019

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» составлена доцентом кафедры менеджмента организации Москвиным С. Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры менеджмента организации

протокол № 5 от «12» мая 2017 г.

Заведующий кафедрой
А.А. Лукьянова



Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО

«17» мая 2017 г. Протокол № 4

Председатель НМСС (Н)



О.В. Груздева

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» составлена доцентом кафедры менеджмента организации Москвиным С. Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры менеджмента организации

протокол № 5 от «14» мая 2018 г.

Заведующий кафедрой
А.А. Лукьянова



Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО

«11» июня 2018 г. Протокол № 5
Председатель НМСС (Н)

М.А. Кухар



Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» составлена доцентом кафедры экономики и менеджмента Москвиным С. Н.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры экономики и менеджмента

протокол № 5 от «15» мая 2019 г.

Заведующий кафедрой
ва



О.Н Владимиро-

Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО

протокол № 5 от «15» мая 2019 г.

Председатель НМСН(С) ИППО



Т.Г. Авдеева

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» составлена согласно ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата).

Рабочая программа дисциплины разработана для студентов заочной формы обучения и относится к базовым дисциплинам основной части профессионального цикла дисциплин (Б1.Б.11).

Дисциплина изучается в четвертом семестре второго курса и в пятом семестре третьего курса. Заочная форма.

1.2. **Трудоемкость дисциплины** составляет 6 з. е. (216 часов). Аудиторная работа – 24 часа, самостоятельная работа – 179 часов

1.3. Цель и задачи освоения дисциплины

Формирование теоретических основ маркетинговой деятельности организации, анализа рынка, проектирование целевых сегментов, продукции и услуг, путей ценообразования и продвижения, маркетинговых коммуникаций.

Задачи:

Ознакомить студентов с местом маркетинга в системе управления организацией, основными понятиями и концепциями маркетинга

Сформировать навыки анализа, проектирования, разработки объектов маркетинга в организации

Освоить технологии управления маркетинговой деятельностью

1.4. Основные разделы дисциплины

Основные положения и концепции маркетинга

Маркетинговые исследования и анализ рынка

Маркетинговый комплекс фирмы

Маркетинговые коммуникации

Управление сферой маркетинга

1.5. Планируемые результаты обучения

В ходе изучения дисциплины осуществляется формирование следующих компетенций по ФГОС ВО:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5)

- владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

- способность 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 (ПК-9);

- владение 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-10);

Задачи освоения дисциплины	Планируемые результаты (дескрипторы)	Формируемая компетенция по ФГОС ВО
Ознакомить студентов с местом маркетинга в системе управления организацией, основными понятиями и концепциями маркетинга	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, область применения и концепции маркетинга; - специфику рыночной деятельности и поведения на рынки различных субъектов <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать перечень задач в области маркетинга для организаций в зависимости от их условий деятельности; - определять основные субъекты окружения фирмы и выделять факторы влияния на нее. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - профессиональным терминологическим аппаратом в сфере маркетинга; - навыками выбора основных параметров маркетинговой концепции, в зависимости от размера и сферы деятельности фирмы. 	ОК-5 ПК-9 ПК-10
Сформировать навыки анализа, проектирования, разработки объектов маркетинга в организации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики сегментирования рынка, проектирования товарного портфеля, позиционирования товара в сознании потребителей. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять программу маркетинговых исследований, ее содержания, формы и технологии; - управлять развитием товара на различных стадиях его жизненного цикла; - определять механизмы ценообразования товаров <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проектировать каналы сбыта товаров и маркетинговые коммуникации. 	ОК-5 ПК-1 ПК-9 ПК-10
Освоить технологии управления маркетинговой деятельностью	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные маркетинговые стратегии и тактические приемы повышения конкурентоспособности фирмы и ее товаров; - способы управления маркетинговой деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать маркетинговую деятельность, составлять медиаплан, бюджет маркетинга. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами мониторинга маркетинговой деятельности. 	ПК-1 ПК-9 ПК-10

1.6. Контроль результатов

Итоговой формой контроля данной дисциплины является экзамен

Текущий и итоговый контроль осуществляются в формах различных заданий. Задания, а также критерии их оценивания, представленные в фонде оценочных средств.

1.7. Перечень образовательных технологий, используемых при освоении дисциплины

В рабочей программе дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- современное традиционное обучение;
- проблемное обучение;
- интерактивные технологии.

2. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

2.1. Технологическая карта обучения дисциплине «Маркетинг»

Для обучающихся образовательной программы направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленности (Профиля) Образовательной программы «Менеджмент организации»

степень (квалификация) Бакалавр

Форма обучения - заочная.

(Общая трудоемкость дисциплины – 6 з. е.)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Аудиторных часов				Внеаудиторных часов	Формы и метода контроля
		Всего	лекций	семинаров	лабор-х работ		
Модуль 1. Основные положения и концепции маркетинга	40	4	1	3	-	33 + 3 КСР	Контрольная работа в малых группах
Модуль 2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	44	5	2	3	-	36 + 3 КСР	Индивидуальное исследование
Модуль 3. Маркетинговый комплекс фирмы	44	5	2	3	-	37 + 2 КСР	Case-study-1
Модуль 4. Маркетинговые коммуникации	44	5	2	3	-	37 +2 КСР	Case-study-2
Модуль 5. Управление сферой маркетинга	44	5	1	4	-	36 + 3 КСР	Case-study-3
Итого	216	24	8	16	-	179 + 13 КСР	
Форма итогового контроля по уч. плану	Экзамен						

2.2. Содержание основных разделов и тем дисциплины

Модуль 1. Основные понятия и концепции маркетинга

Понятие маркетинга. Место маркетинга в системе управления организацией. Элементы системы маркетинга. Концепции маркетинга и особенности применения концепций в организации. Организация и ее окружение с позиции маркетинга.

Модуль 2. Маркетинговые исследования и анализ рынка

Понятие маркетинговых исследований, их цели и принципы проведения. Методы исследований. Характеристика организации и проведения исследования, обработки полученных данных и оценка результатов. Фокус-группа: преимущества метода, решаемые задачи, условия проведения, этапы осуществления. Методы анализа потребительского рынка.

Модуль 3. Маркетинговый комплекс фирмы

Содержание маркетингового комплекса. Товар и товарный портфель организации. Понятие, классификация, жизненный цикл товара. Анализ товарного ассортимента. Управление товаром. сегментирование рынка. Позиционирование товара в сознании целевых аудиторий. Ценообразование. Виды цен. Механизмы установления цены на товар. Стратегии ценообразования. Каналы сбыта и товародвижения.

Модуль 4. Маркетинговые коммуникации

Понятие и назначение маркетинговых коммуникаций. Виды коммуникаций. Реклама, ее роль в продвижении товаров. Виды и носители рекламы. Принципы и этапы разработки рекламы. Критерии эффективности. Связи с общественностью. Назначение, средства, субъекты. Стимулирование сбыта: понятие, назначение, методы. Брендинг – как философия развития товара. Понятие, структура, условия создания бренда.

Модуль 5. Управление сферой маркетинга

Подходы к управлению маркетингом. Стратегический план развития в области маркетинга. Маркетинговые стратегии. Конкурентоспособность и пути ее повышения.

2.3. Методические рекомендации по освоению дисциплины

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

В результате обучения по дисциплине у обучающихся должны быть сформированы компетенции: ОК-5, ПК-1, ПК-9, ПК-10.

Данный результат может быть достигнут только после значительных усилий самого обучающегося, при этом важное значение имеет хорошо продуманная организация его труда.

По каждой теме дисциплины предполагается проведение аудиторных занятий (лекций, занятий семинарского типа) и самостоятельной работы (подготовка к занятиям, самостоятельное изучение отдельных вопросов темы, подготовка доклада или реферата и др.).

По дисциплине предусматривается использование следующих форм контроля и проверки результатов обучения:

- устный контроль знаний (собеседование, коллоквиум);
- интерактивные формы устного контроля (дискуссия);
- письменный контроль (решение проблемных задач);
- тестовый контроль;

– выполнение итоговой комплексной практической работы.

Регулярное посещение лекций и практических занятий не только способствует успешному овладению профессиональными знаниями, но и помогает наилучшим образом организовать время, т.к. все виды занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

Чтобы содержательная информация по дисциплине запоминалась, целесообразно изучать ее поэтапно – по темам и в строгой последовательности.

При подготовке к практическим занятиям целесообразно внимательно прочитать нужную тему, попытавшись разобраться со всеми теоретико-методическими положениями и примерами. Для более глубокого усвоения материала необходимо обратиться к основной и дополнительной учебной, справочной литературе, журналам или к преподавателю за консультацией.

Важной частью работы студента является знакомство с рекомендуемой и дополнительной литературой, поскольку лекционный материал содержит лишь минимум необходимых теоретических сведений. Высшее образование предполагает более глубокое знание предмета. Кроме того, оно предполагает не только усвоение информации, но и формирование навыков исследовательской работы. Для этого необходимо изучать и самостоятельно анализировать статьи периодических изданий и Интернет-ресурсы.

Обучающимся рекомендуется следующим образом организовать время, необходимое для изучения дисциплины:

- изучение конспекта лекции– 40 – 45 минут;
- изучение теоретического материала по рекомендуемой литературе и конспекту – около пяти часов в неделю;
- подготовка к практическому занятию – около одного часа в неделю.

Тогда общие затраты времени на самостоятельную внеаудиторную работу студента составят около шести часов в неделю.

Алгоритм изучения дисциплины или описание последовательности действий обучающихся

Освоение дисциплины включает несколько составных элементов учебной деятельности.

1. Внимательное чтение рабочей программы дисциплины (помогает целостно увидеть структуру изучаемых вопросов).

2. Изучение методических рекомендаций по самостоятельной работе студентов.

3. Посещение лекций и их конспектирование.

4. Регулярная подготовка к семинарским занятиям и активная работа на занятиях, включающая:

- повторение материала лекции по теме семинара;
- знакомство с планом занятия и списком основной и дополнительной литературы, с рекомендациями преподавателя по подготовке к занятию;
- изучение научных сведений по данной теме в разных учебных пособиях и научных материалах;
- чтение первоисточников и предлагаемой дополнительной литературы;
- выписывание основных терминов по теме, нахождение их объяснения в экономических словарях и энциклопедиях и ведение глоссария;
- посещение консультаций преподавателя с целью выяснения возникших сложных вопросов при подготовке к занятию, передаче контрольных заданий.

5. Подготовка к устным опросам.

6. Самостоятельная проработка вопросов, не излагаемых на лекциях.

7. Подготовка творческой работы (доклад, реферат).

8. Подготовка к зачету.

Указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важной составляющей учебного процесса по изучению дисциплины «Основы бизнеса».

Самостоятельная работа по дисциплине проводится с целью: систематизации и закрепления полученных знаний и умений; углубления и расширения теоретических знаний; развития познавательных способностей и активности обучающихся; формирования самостоятельности; развития исследовательских умений.

В процессе изучения дисциплины выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Внеаудиторная самостоятельная работа является обязательной для каждого студента, а ее объем определяется учебным планом.

Внеаудиторная самостоятельная работа по дисциплине «Основы бизнеса» включает такие формы работы, как:

1. подготовка материалов для анализа ситуаций;
2. работа со словарями и справочниками;
3. работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами сети Интернет;
4. решение ситуационных задач;
5. подготовка доклада;
6. разработка презентаций к докладам (сообщениям);
7. подготовка к зачету.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Основы бизнеса» организуется в следующих формах:

1. Самостоятельное изучение теоретического материала по темам и разделам дисциплины. При подготовке к семинарским занятиям и выполнению практических работ необходимо пользоваться конспектом лекций, рекомендованной литературой основного и дополнительного списков, которая включает научные труды ведущих специалистов, ученых и практиков (монографии, учебники, учебные пособия).

При изучении теоретического материала по темам и разделам дисциплины необходимо использовать нормативные правовые акты (Указы Президента, Кодексы, законы Российской Федерации и её субъектов, Постановления правительства, Постановления региональных органов власти и органов местного самоуправления), публикации периодической печати. При поиске правовой литературы по вопросам исследования студент должен использовать информационно-справочные системы, такие как «КонсультантПлюс», «Гарант».

При изучении литературы необходимо уделять особое внимание изучению всех вопросов, входящих в программу курса, так же подготовке ответов на контрольные вопросы к семинарским занятиям.

2. Выполнение заданий для внеаудиторной работы. Их выполнение необходимо для более полного освоения теоретической части курса и играет существенную роль в формировании профессиональных и инструментальных компетенций. В рамках дисциплины выполняются творческие работы в формате подготовки докладов и рефератов. При контроле самостоятельной работы студентов преподаватель организует сплошную проверку и выборочное обсуждение (групповую дискуссию) выполнения задания для внеаудиторной работы по темам.

3. Решение ситуационных задач и имитационное моделирование – обучение при помощи разбора игровых практических ситуаций. Развивает навыки анализа и критического мышления. Понимание взаимосвязи между теорией и практикой.

Самостоятельная работа предусматривает расширение кругозора знаний по отдельным темам дисциплины, а также разделам программы дисциплины, не вошедшим в курс лекций, решение задач, подготовка материалов для коллоквиума.

Контроль самостоятельной работы реализуется посредством обсуждения творческих работ на заданную тему, дискуссии на занятиях, участия в круглых столах, а также путём тестирования или собеседования по теоретическому материалу.

Критериями оценки результатов внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- уровень освоения учебного материала;
- умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- полнота общеучебных представлений, знаний и умений по теме, к которой относится данная самостоятельная работа;
- обоснованность и четкость изложения ответа на поставленный по внеаудиторной самостоятельной работе вопрос;
- оформление отчетного материала в соответствии с заданными требованиями.

Формы контроля при изучении дисциплины «Основы гостеприимства»:

Дискуссия, Тест, Доклад, Деловая игра (ситуационная задача), Экзамен.

Для контроля результатов самостоятельной работы используются следующие формы:

1. Дискуссия

Методические рекомендации

Во время групповой дискуссии, проводимой во время семинарского занятия, студенты совместно обсуждают различные аспекты теоретических проблем организации предпринимательской деятельности с целью их разрешения путем сопоставления различных мнений и мыслей. Во время дискуссии необходимо показать умение четко и точно формулировать свои мысли, воспринимать аргументы собеседника, обоснованно и последовательно критиковать его позицию и защищать свои убеждения.

2. Тест

Методические рекомендации

Тестирование проводится в начале занятия с целью проверки остаточных знаний прошлого занятия. При подготовке к тестированию необходимо изучить программный материал дисциплины работая с основной литературой и конспектом лекций.

Время выполнения теста – 10-15 минут.

Результаты тестирования засчитываются при наличии не менее 40% правильных ответов.

3. Доклад

Методические рекомендации

Доклад – вид самостоятельной работы, используется в учебной и внеучебной деятельности, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает к научному мышлению. Подготовка доклада предполагает выбор проблемы анализа по изучаемой теме из предложенного перечня, изложения ее сути и результатов теоретических и эмпирических исследований, отражение авторской позиции в отношении поставленной проблемы, которая может не совпадать с общепринятой точкой зрения, и пути ее решения.

При подготовке доклада по заданной теме следует составить план, подобрать основные источники. Работая с источниками, важно систематизировать полученные

сведения, сделать выводы и обобщения. К докладу по крупной теме могут привлекаться несколько студентов, между которыми распределяются вопросы выступления.

В докладе должны получить отражение следующие элементы:

- основная проблема;
- общая характеристика изучаемой проблемы;
- анализ разных точек зрения по изучаемой проблематике в научной литературе;
- интерпретация результатов анализа и выражение авторской позиции относительно исследуемого вопроса;
- обобщающее заключение по исследованию в целом с выделением основных полученных выводов.

Устные выступления – это то, чему надо обязательно учиться. Лишь очень немногие из нас являются ораторами от природы и, предоставленные сами себе, мы вносим в наши выступления путаницу, ненужные подробности, и, в конце концов, скуку. Этого можно избежать, если следовать нескольким простым правилам и приемам. Не надо жалеть времени на подготовку устных выступлений: ваша будущая карьера может зависеть от того, как вы умеете выступать и представлять свои результаты. Хорошая работа достойна того, чтобы ее хорошо доложить. Главная цель любого доклада – донести до слушателей то, что вы хотите им сказать. Это означает, что вы должны завладеть вниманием аудитории и не отпугнуть слушателей ни избытком скучных подробностей, ни особенностями технического представления доклада.

На защиту представляются результаты выполненного исследования по теме работы. Защита предполагает устное изложение доклада, сопровождаемое презентацией и ответы на вопросы по теме.

Продолжительность доклада 5-7 минут.

4. Деловая игра (ситуационная задача, имитационное моделирование, мозговой штурм)

Методические рекомендации

Ситуационная задача, имитационное моделирование, мозговой штурм – это формы деловой игры, представляющие собой максимально приближенную к реальности имитацию процессов принятия решений. Деловая игра, предполагают умение студента выполнять различные виды работ и способность работать в команде.

Такой вид самостоятельной работы направлен на развитие мышления, творческих умений, усвоение знаний, добытых в ходе активного поиска и самостоятельного решения проблем.

При решении ситуационной задачи необходимо:

1) представить рассуждение по поводу: необходимости дополнительных данных и источников их получения; прогнозов относительно субъектов и/или причин возникновения ситуации;

2) продемонстрировать умения использовать системный подход, ситуативный подход, широту взглядов на проблему;

3) подготовить программу действий, направленную на реализацию, например, аналитического метода решения проблемы: проанализировать все доступные данные, превратить их в информацию; определить проблему; прояснить и согласовать цели; выдвинуть возможные альтернативы; оценить варианты и выбрать один из них.

Во время самостоятельной работы необходимо использовать рекомендуемую дополнительную литературу, которая поможет успешнее и быстрее разобраться в поставленных вопросах и задачах.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

При подготовке к экзамену по дисциплине «Основы бизнеса» необходимо повторить весь материал учебной дисциплины, изученный как в процессе аудиторных занятий, так и самостоятельной работы.

Экзамен выставляется без опроса, если по результатам работы студента в течение семестра им набрано не менее 60 баллов из 100 возможных. Для этого студенту необходимо посетить все лекционные и практические занятия, активно работать на них, выполнить все предусмотренные рабочей программой работы, устно доказать знание основных понятий и терминов по дисциплине и показать умение использовать их на практике. При непосещении студентом определенных занятий по уважительной причине, он отрабатывает материал на занятиях или консультациях, при этом баллы выставляются на общих условиях (не снижаются).

Обучающиеся, не получившие экзамен по рейтингу при отсутствии уважительных причин, готовятся к нему по предложенным вопросам. В этом случае при подготовке к зачету студенту необходимо:

1. ознакомиться с предложенным списком вопросов;
2. повторить теоретический материал дисциплины, используя материал лекций, практических занятий, учебников, учебных пособий;
3. повторить основные понятия и термины, основные экономические законы и категории.

На зачете студенту предлагается два задания – один в виде вопросов, носящих теоретический характер, а второй в виде проблемной задачи. В этом случае используются критерии оценки собеседования и решения проблемной задачи соответственно.

При самостоятельной подготовке к тестированию обучающемуся необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине.

Проконсультируйтесь с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выясните все условия тестирования заранее. Вы должны знать, сколько тестов Вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выпишите цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.

д) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него. Переходите к другим тестам. Вернитесь к трудному вопросу в конце.

е) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

3. КОМПОНЕНТЫ МОНИТОРИНГА УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ

3.1. Технологическая карта рейтинга дисциплины

Наименование дисциплины	Направление подготовки Наименование программы Уровень образования	Количество зачетных единиц	
Маркетинг	Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» Профиль «Менеджмент организации» квалификация (степень) Бакалавр менеджмента	6,0 з. е. (216 часов)	
Смежные дисциплины по учебному плану			
Предшествующие: Теория организации, Стратегический менеджмент			
Последующие: Бизнес-планирование			
ВХОДНОЙ РАЗДЕЛ			
	Форма работы	Количество баллов 5%	
Текущая работа	Входное тестирование	min	Max
Итого		4	10

БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ №1 - АНАЛИТИЧЕСКИЙ			
	Форма работы	Количество баллов 30%	
		min	Max
Текущая работа	Учебное проектирование в малых группах	6	10
	Индивидуальное исследование	12	20
Итого		18	30
БАЗОВЫЙ РАЗДЕЛ №2 - УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ			
	Форма работы	Количество баллов 30%	
		min	Max
Текущая работа	Кейс 1	6	10
	Кейс 2	6	10
	Кейс 3	6	10
Итого		18	30

ИТОГОВЫЙ РАЗДЕЛ			
	Форма работы	Количество баллов 5%	
		min	Max
Текущая работа	Тестирование зачет; экзамен	20	30
Итого		20	30
Общее количество баллов по дисциплине (по итогам всех модулей)		Количество баллов 5%	
		min	Max
		60	100

Соответствие рейтинговых баллов и академической оценки

Общее количество набранных баллов	Академическая оценка
60-72	3 (удовлетворительно)
73-86	4 (хорошо)
87-100	5 (отлично)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.П.
Астафьева**

(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Институт психолого-педагогического образования

Кафедра-разработчик: кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
Протокол №5
от «05» мая 2019 года

И. о. Зав.кафедрой
Димирова



ОДОБРЕНО
на заседании научно-методического со-
вета ИППО
Протокол №5
от «05» мая 2019года
Председатель НМССН

Т.Г. Авдеева

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся
Маркетинг
(наименование дисциплины)
38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)
Менеджмент организации
(наименование направленности (профиля) образовательной программы / магистерской программы)
Бакалавр
(квалификация (степень) выпускника)

Составитель: С. Н. Москвин

Красноярск 2019

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Представленный фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерством образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. №7 и трудовым функциям, которые выделяются в соответствии с его назначением и местом в системе управления.

Предлагаемые формы и средства аттестации адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) образовательной программы Менеджмент организации.

Оценочные средства и критерии оценивания представлены в полном объеме. Формы оценочных средств, включенных в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС, установленных в Положении о формировании фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре – в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева» утвержденного приказом ректора № 297 (п) от 28.04.2018.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки по указанной направленности (профилю) образовательной программы.

Эксперт
к.э.н, профессор, кафедры Менеджмента
ФГБОУ ВО «СибГУ»



А.А. Бойко

*Александр Бойко А.А. удостоверение
Спас. по нормаму А.А. (С.В. Каруцкий)*

1. Назначение фонда оценочных средств

1.1. **Целью** создания ФОС для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Маркетинг» обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) образовательной программы Менеджмент организации является определение соответствия результатов обучения по дисциплине компетенциям, достижение которых заложено установленным образовательным стандартом.

1.2. ФОС для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации решает следующие **задачи**:

- контроль и управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;

- контроль (с помощью набора оценочных средств) и управление (с помощью элементов обратной связи) достижением целей реализации ОПОП, определенных в виде набора профессиональных компетенций выпускников;

- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных методов обучения в образовательный процесс Университета;

- выявление направлений совершенствования подготовки выпускников.

1.3. ФОС разработан на основании нормативных документов:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерством образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7;

- Федеральным законом «Об образовании в РФ» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;

- нормативно-правовыми документами, регламентирующими образовательный процесс в КГПУ им. В.П. Астафьева по направленности (профилю) образовательной программы Менеджмент организации, очной формы обучения в институте психолого-педагогического образования КГПУ им. В.П. Астафьева с присвоением квалификации бакалавр.

- положения о формировании фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой (государственной итоговой) аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре – в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева» утвержденного приказом ректора № 297 (п) от 28.04.2018.

2. Перечень компетенций подлежащих формированию в рамках дисциплины

2.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5)

- владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

- способность 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 (ПК-9);

- владение 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-10);

2.2. Оценочные средства

Компетенции	Дисциплины, практики, участвующие в формировании компетенции	Тип контроля	Оценочное средство	
			Номер	Форма
ОК-5 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Психология Конфликтология	Текущий контроль	2	Индивидуальные исследования
		Промежуточный контроль	1	Экзамен
ПК-1 владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	Методы принятия управленческих решений Управление персоналом Деловые коммуникации Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Текущий контроль	1	Контрольная работа
			2	Индивидуальные исследования
			4	Кейс
		Промежуточный контроль	1	Экзамен
ПК-9 способность 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	Основы международного менеджмента Кризис менеджмент Государственное и муниципальное управление Налогообложение предприятий Налоговое планирование в корпорации Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности Статистика	Текущий контроль	1	Контрольная работа
			2	Индивидуальные исследования
			3	Кейс
		Промежуточный контроль	1	Экзамен
ПК-10 владение навыками количественного и качественного анализа информации при	Экономический анализ фирмы Моделирование и прогнозирование бизнес про-	Текущий контроль	3	Кейс
			4	Кейс

принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	цессов Финансовый анализ Оценка недвижимости Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		5	Кейс
		Промежуточный контроль	1	Экзамен

3. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

3.1. Оценочные средства

3.2. Критерии оценивания

Компетенции	Продвинутый уровень сформированности компетенции	Базовый уровень сформированности компетенции	Пороговый уровень сформированности компетенции
	Отлично / зачтено (87 – 100 баллов)	Хорошо / зачтено (73 – 86 баллов)	Удовл. / зачтено (60 – 72 балла)
Ок-5	Обучающийся способен эффективно работать в коллективе, воспринимая социальные и этнические различия	Обучающийся способен работать в коллективе воспринимая социальные и этнические различия	Обучающийся может работать в коллективе
ПК-1	Обучающийся способен владеть навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	Обучающийся готов к владению навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	Обучающийся знает как владеть навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

ПК-9	Обучающийся на высоком уровне обладает способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления в области налогов, 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	Обучающийся на среднем уровне обладает способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски налогообложения, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Обучающийся обладает 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
ПК-10	Обучающийся на высоком уровне владеет навыками количественного и качественного анализа информации в области статистических данных при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Обучающийся на среднем уровне владеет навыками количественного и качественного анализа информации в области статистических данных при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Обучающийся владеет навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления в области статистических данных

4. Фонд оценочных средств для текущего контроля

4.1. Фонды оценочных средств включают: устный опрос, составление конспекта, решение ситуационных задач, подготовка и выполнение письменных работ, написание реферата.

Форма промежуточного контроля – зачет

4.2 Критерии оценивания см. в технологической карте рейтинга рабочей программы дисциплины

4.2.1. Критерии оценивания по оценочному средству 1 – учебный проект

Критерии оценивания	Количество баллов (вклад в рейтинг)
Актуальность	3
Логичность и последовательность изложения материала	4

Доклад	3
Максимальный балл	10

4.2.2. Критерии оценивания по оценочному средству 2 – Учебное исследование

Критерии оценивания	Количество баллов (вклад в рейтинг)
Разработана программа исследования	5
Собран фактический исследовательский материал	8
Логика и аргументированность выводов	7
Максимальный балл	20

4.2.3. Критерии оценивания по оценочному средству 3 – кейс

Критерии оценивания	Количество баллов (вклад в рейтинг)
Правильность предлагаемых решений и аргументированность доводов	5
Комплексный характер оценки ситуации	3
Ответы на задаваемые вопросы	2
Максимальный балл	10

Фонд оценочных средств (контрольно-измерительные материалы)

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА

№ темы 1-5

№	Экзаменационный вопрос	Формируемые компетенции
1	Понятие маркетинга. Цели, функции, концепции маркетинга	ОК-5, ПК-1, ПК-9, ПК-10,
2	Товар, его сущность. Концепция товара – по замыслу, в реальном воплощении, с подкреплением.	
3	Стадии жизненного цикла товара. Особенности управления товаром на каждой стадии.	
4	Классификация товаров. Атрибуты товара	
5	Анализ товарного портфеля: цель, методы, характеристика основных инструментов	
6	Управление товарным портфелем. Основные пути развития товара	
7	Сегментирование товара. Принципы и критерии сегментирования. Понятия целевого сегмента. Стратегия сегментирования	
8	Позиционирование товара. Образ товара в сознании целевого сегмента. Стратегии позиционирования.	
9	Назначение и классификация видов маркетинговых исследований.	
10	Методы маркетинговых исследований в местах продажи товара. Факторы влияющие на поведение потребителей в местах продажи товара	
11	Фокус-группа: понятие, решаемые задачи, методика проведения, преимущества и недостатки.	

12	Понятие цены товара. Виды цен. Механизмы ценообразования	
13	Стратегии ценообразования: характеристика, условия выбора, возможности и риски	
14	Каналы продвижения товаров: понятие, классификация, характеристика	
15	Критерии выбора канала продвижения. Преимущества и недостатки длинных и коротких каналов	
16	Маркетинговые коммуникации: понятие, виды, назначение, особенности использования	
17	Реклама: понятие, функции, классификация, носители. Пути влияния рекламы на потребителя	
18	Этапы и принципы разработки рекламы. Структура и содержание брифа.	
19	Связи с общественностью: понятие, назначение, субъекты PR, инструменты формирования положительного образа организации, товаров	
20	Стимулирование сбыта: понятие, решаемые задачи, используемые методы	
21	Понятие и уровни конкурентоспособности и пути ее повышения фирмой	
22	Маркетинговые стратегии: понятие, виды, условия выбора, практика реализации	
23	Стратегическое планирование в области маркетинга. Медиа-план: структура и содержание	
24	Принципы организации службы маркетинга. Структуры и функции службы	
25	Основные показатели маркетинговой деятельности. Их характеристика, способы расчета	

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЗАЧЕТА

№ темы 1-4; оцениваемые компетенции: ПК-3

Задание для зачета:

Вам предложен товар.

1. Разработайте комплекс данного товара (по замыслу, в реальном исполнении, с подкреплением)
2. Сформулируйте целевой сегмент данного товара.
3. Определите, как позиционируется данный товар в сознании потребителей.
4. Определите основной механизм ценообразования на товара

Виды товаров:

- Автомобиль
- Услуга ремонта бытовой техники, электроники
- Услуга индивидуального пошива одежды
- Аудиторские услуги
- Банковские услуги
- Велнесс-услуга
- Услуга по доставки грузов
- Услуга управление зданием (управляющая компания)
- Кейтеринг
- Клининговые услуги
- Медицинская диагностика

Медицинские услуги (лечебные)
 Мобильная связь
 Мувинг (услуга организации переезда в другой дом, офис)
 Услуга оперативной полиграфии
 Образовательные услуги
 Гостиничная услуга
 Провайдерская деятельность (интернет)
 Страховая услуга
 Услуги ландшафтной архитектуры
 Такси
 Туроперативная услуга Услуги коворкинг-центров
 Услуги ремонта
 Услуги дизайна и рекламы

Критерии оценки зачета по дисциплине

Оценка на экзамене состоит из двух частей:
 Выполнение тестового задания
 Пояснения к тестовому заданию и ответы на вопросы

Промежуточная оценка (освоение модулей)

МОДУЛЬ 1.

Контрольная работа в малых группах

Задание:

Выбрать организацию и ее товар
 Определить целевой сегмент
 Сформулировать комплекс товара (товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением)
 Факторы, влияющие на цену на данный товар
 Методы продвижения товара

МОДУЛЬ 2.

Индивидуальные исследования

Провести исследования любой организации, занимающейся оказанием услуг по методу «тайный покупатель» и заполнить отчет

MysteryShopping Отчет тайного покупателя

Объект анализа	Адрес	Город
Дата визита	День недели	Время визита

Нагрузка на персонал, обслуживающего клиентов:

Количество персонала	
Количество клиентов в помещении на момент Вашего появления	

Чем занимался персонал в момент Вашего появления?

Характеристика торгового зала (обеденного зала, салона): размеры, освещенность, общая стилистика, мерчендайзинг.

Представитель персонала, работающий с Вами:
 Внешний вид, наличие униформы, опрятность
 Мимика и жестикация, степень приветливости
 Приветствие, улыбка, представление (наличие бейджа)

Характеристика ассортимента
 Знание ассортимента продавцом
 Сбор информации о потребности с помощью уточняющих вопросов
 Презентация товара (ХПВ)
 Умение работать с возражением
 Продолжительность общения с клиентом и его сопровождение
 Динамика общения с клиентом в процессе (постоянно открыт в общении и дружелюбен?)
 Недостатки в работе

Рекомендации по улучшению работы организации и персонала

МОДУЛЬ 3.

Российская промышленная компания «Святогор» работает на рынке более 20 лет. Она производит машиностроительную продукцию бизнес-класса. Это самолеты малой авиации, снегоходы, квадроциклы, детали и двигатели для самолетов других компании, в основном зарубежных. Потребителями продукции компании являются крупные корпорации и богатые люди. Сбыт продукции осуществляется через дочернее предприятие. Оно имеет шоурум с летным полем, совмещенный с полигоном для проведения тест-драйва для снегоходов и квадроциклов. Двигатели и запчасти покупаются немецкими и шведскими фирмами по предварительному контракту, заключаемому на год вперед. В структуре выручки компании (в денежном выражении) самолеты составляют -40%, снегоходы и гидроциклы - 15%, а запчасти 45%. Объемы продаж в натуральном выражении представлены в таблице.

№	Наименование продукции	Потенциал роста	Объем продаж, шт.		
			2012	2013	2014
1	Самолет «Кондор-М», бизнес-класса дальнемагистральный (до 3000 км без дозаправки), на 12 мест	Высокий	35	36	35
2	Самолет «Валькирия», бизнес-класса среднемагистральный (до 1000 км без дозаправки), на 5 мест; может комплектоваться дополнительно поплавками для посадки на воду и лыжами	Очень высокий	42	47	52
3	Снегоход «Аквилон-Пассат» высокоскоростной, («лесостепь»), четырехместный	Ниже среднего	54	51	50
4	Снегоход «Циклон-4у» высокая проходимость («захлавленная тайга»).двухместный	Высокий	65	68	70
5	Снегоход «Циклон-2», среднепроходимый, компактный.двухместный	Средний	74	76	77
6	Квадроцикл «Вепрь-11», двухместный	-	62	58	Снят
7	Квадроцикл «Вепрь-12», двухместный	Очень высокий	30	55	115
8	Двигатели и запчасти в ассортименте	Средний	Согласно контрактам		

В настоящее время компания готовит к выпуску на рынок новый вид продукции – прогулочный катер бизнес-класса для использования на реке и на море (до 50 км от берега). Катер снабжен противотуманными радарными, автономной системой навигации. Грузоподъемность – 50 тонн, рассчитан на 18 пассажиров. Имеет отдельные каюты представительского класса, ресторан, салон. Опытный образец успешно прошел испытания, и катер готовится к выпуску. Плановые объемы продаж – 80 штук в год.

Задание:

1. Провести анализ ассортимента на основе матрицы Бостонской консультационной группы, матрицы McKinsey.
2. Принять решения по управлению ассортиментным портфелем.
3. Придумать название, слоган и рекламу нового продукта (носитель и образ, ассоциации связанные с продуктом)

МОДУЛЬ 4.

Case-study

ЗАО «КВАДРУМ-НЕО»

Компания «Квадрум» учреждена 5.05.1991 года. ЗАО «Квадрум» - крупнейшее в Красноярском крае проектное предприятие, занимающееся проектированием под строительство новых жилых домов, комплексов и реконструкцией существующих, а также, проектированием офисов, бизнес-центров, торгово-развлекательных зданий. В портфеле компании также проекты по проектированию коттеджных поселков с комплексной застройкой, разработка индивидуальных проектов интерьеров. Предприятие имеет солидные позиции на Красноярском рынке, активно работает в Хакасии, выполняет отдельные заказы для Иркутской области, Якутии. На предприятии работает более 300 специалистов и руководителей. Высока доля индивидуальных заказов, большое количество постоянных заказчиков. Около полутора лет назад к руководству предприятия обратился Павел Корзун, собственник фирмы по разработке систем автоматизированного управления зданиями. Эта фирма работала в следующих направлениях:

Системы автоматического освещения зданий

- включение и выключение источников света с управляющих устройств;
- автоматическое включение и выключение света по датчику движения;
- плавная регулировка света с управляющих устройств;
- световые сцены для выделения элементов интерьера, картин, скульптурных групп, фасадов, оформления территории, зимнего сада.
- световые сцены в доме, имитирующие присутствие людей.
- ландшафтное освещение прилегающего участка;
- энергосберегающее потребление.

Система противопожарно-охранной безопасности

- видеоконтроль территории и выбранных помещений с ведением архива на видеорегистраторе;
- контроль помещения по звуку (детские комнаты, детские спальни);
- контроль несанкционированного доступа — движение, звук, периметр, окна, двери.

Аудио и видеоподсистемы

Эти направления являются перспективными в современных проектах зданий и относятся к так называемой системе «Умный дом». Суть обращения состояла в предложении о сотрудничестве с продажей проекта «Умный дом» под брендом предприятия «Квадрум». В ходе переговоров было достигнуто соглашение о слия-

нии двух предприятий. Новое направление становилось структурным подразделением компании с общей системой сбыта. За это собственники предприятия «Квадрум» рассчитывались 10% акций, а в названии компании появилась добавка «НЕО». Новое подразделение в настоящее время занималось только проектированием систем. В перспективе не исключался их монтаж собственными силами, который сейчас выполняли субподрядные организации.

Текущие проекты компании

№	Проект	Заказчик	Сроки сдачи проекта
1	Жилая башня на ул. Подзолкова г. Красноярск	ЗАО «ЛексДевелопмент»	10.12.2015
2	Жилой дом в р-не Комбайновый г. Красноярск	ЗАО «Астахов девелопмент»	15.02.2016
3	Жилой дом в р-не «Слобода весны» г. Красноярск	ЗАО «Монолит»	1.04.2016
4.	Жилой дом на ул. Чертыгашева г. Абакан	ИФ «Стройпром»	20.09.2016
5	Жилой дом в р-не «Тихие зори» г. Иркутск	ЗАО «Сити-Хауз»	20.12.2015
6	Коттеджный поселок «Северная Моравия», первая очередь, г. Красноярск	ГК «Исток»	1.03.2016
7	Школа на «Южном берегу», г. Красноярск	Администрация г. Красноярска	10.06.2016
8	Новая сцена Минусинского театра г. Минусинск	Министерство культуры	15.10.2016
9	Центральный стадион (реконструкция) г. Красноярск	Министерство спорта туризма и молодежной политики	2.05.2016
10	Учебно-проектировочный центр Роснефти	Роснефть-девелопмент	10.03.2016
11	Детский сад (реконструкция) г. Красноярск	Администрация г. Красноярска	25.03.2015
12	Гостиница «Чарайт» г. Иркутск	«Ангарапромстрой сервис»	1.08.2016
13	Спортивный центр «Эргона» г. Якутск	Правительство САХА Якутии	5.11.2016

Задания:

1. Определить возможные информационные поводы для компании, которые станут основой взаимодействия со СМИ в течение ближайшего года.
2. Выделить основных субъектов, с которыми необходимо установить благоприятные цели и сформулировать эти цели.
3. Разработать годовой план мероприятий по связям с общественностью на год.
4. Разработать пресс-релиз одного из событий

МОДУЛЬ 5.

Кейс

ВЫХОД НА ЕВРОПЕЙСКИЙ РЫНОК

ЗАО «Корвет» работает уже более пятнадцати лет в индустрии моды и модной одежды. Сегодня это очень крупная компания, ставящая перед собой амбициозные цели. Компания осуществляет следующие направления деятельности:

Модельное агентство:

- показы моды;
- участие в выставках и презентациях;
- фотосъемка;
- организация и участие в конкурсах;
- мастер-классы;
- консультации по имиджу.

Собственное производство женской одежды формата «luxury».

Компания развивает следующие линии одежды:

- клубная одежда (16-21);
- клубная одежда (22-28);
- вечерняя одежда (16-21);
- вечерняя одежда (22-28);
- casual (16-21);
- casual (22-28);

Фирменная сеть бутиков по продаже собственной одежды. В настоящий момент у компании шесть бутиков: три – в Москве, два – в Санкт-Петербурге и один – в Минске.

Выпуск глянцевого журнала о мире моды.

Компания сотрудничает на основе контрактов с известными модельерами из России, Франции, Италии и Великобритании. Она стремится приглашать наиболее известных и опытных кутюрье 5-7 лет. Такая ротация при сохранении неизменного стиля и уровня позволяет привносить в ее работу новые идеи и модные формы.

В настоящее время компания стоит на пороге серьезных изменений. Она планирует выйти на европейский рынок и продавать свою продукцию и услуги за рубежом, а именно открыть свои бутики в Вене и Франкфурте, а также открыть филиал модельного агентства в Вене. Для достижения этой цели, компания даже разработала проект новой структуры, однако для реализации стратегии необходимо решить несколько ключевых задач.

У компании до сих пор нет единого сильного бренда, поэтому требуется ребрендинг. Имя бренда должно быть одинаково понятным и ярким для русскоязычного, англоязычного, немецкоязычного населения Европы.

Не выстроена коммуникативная маркетинговая политика. Все виды коммуникаций должны быть согласованы между собой.

Отсутствует служба по связям с общественностью.

Задания

1. Поставьте цель и определите маркетинговую стратегию организации.
2. Сформулируйте условия повышения конкурентоспособности на национальном рынке.
3. Выделите факторы определяющие эффективность компании на глобальном рынке.
4. разработайте функционал и структуру маркетинговой службы
5. Определите штатное расписание маркетинговой службы и распределите функционал между специалистами.

3.3. Анализ результатов обучения и перечень корректирующих мероприятий по дисциплине «Налогообложение предприятий»

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 2018/2019 учебный год

В рабочую программу дисциплины вносятся следующие изменения:

- Список литературы обновлен учебными и учебно-методическими изданиями, электронными образовательными ресурсами.
- Обновлен перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.
- В фонд оценочных средств внесены изменения в соответствии с приказом «Об утверждении Положения о фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой (государственной итоговой) аттестации» от 28.04.2018 № 297 (п)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента организации

«14» мая 2018 г., протокол № 5

Внесенные изменения утверждаю: Заведующий кафедрой

А.А. Лукьянова



Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО

«11» июня 2018 г. Протокол № 5

Председатель НМСС (Н)



М.А. Кухар

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения рабочей программы на 2017/2018 учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- На титульном листе РПД и ФОС изменено название ведомственной принадлежности «Министерство науки и высшего образования» на основании приказа «о внесении изменений в сведения о КГПУ им. В.П. Астафьева» от 15.07.2018 № 457 (п).
- На титульном листе РПД и ФОС изменено название кафедры разработчика «Кафедра экономики и менеджмента» на основании решения Ученого совета КГПУ им. В.П. Астафьева «О реорганизации структурных подразделений университета» от 26.09.2018.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента организации

«15» мая 2019 г., протокол № 5

Внесенные изменения утверждаю: Заведующий кафедрой

О.Н. Владимирова



Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО

«15» мая 2019 г. Протокол № 5

Председатель НМСС (Н)

Авдеева Т.Г.



Лист внесения изменений

Дополнения и изменения рабочей программы на 2017/2018 учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- На титульном листе РПД и ФОС изменено название ведомственной принадлежности «Министерство науки и высшего образования» на основании приказа «о внесении изменений в сведения о КГПУ им. В.П. Астафьева» от 15.07.2018 № 457 (п).
- На титульном листе РПД и ФОС изменено название кафедры разработчика «Кафедра экономики и менеджмента» на основании решения Ученого совета КГПУ им. В.П. Астафьева «О реорганизации структурных подразделений университета» от 26.09.2018.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента организации

«15» мая 2019 г., протокол № 5

Внесенные изменения утверждаю: Заведующий кафедрой

О.Н. Владимирова



Одобрено научно-методическим советом специальности (направления подготовки) ИППО

«15» мая 2019 г. Протокол № 5

Председатель НМСС (Н)

Авдеева Т.Г.



Лист внесения изменений

Дополнения и изменения рабочей программы на 2018/2019 учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1 На титульном листе РПД и ФОС изменено название ведомственной принадлежности «Министерство науки и высшего образования» на основании приказа «о внесении изменений в сведения о КГПУ им. В.П. Астафьева» от 15.07.2018 № 457 (п).

2 На титульном листе РПД и ФОС изменено название кафедры разработчика «Кафедра психологии» на основании решения Ученого совета КГПУ им. В.П. Астафьева «О реорганизации структурных подразделений университета» от 26.09.2018.

УЧЕБНЫЕ РЕСУРСЫ

Карта литературного обеспечения дисциплины (включая электронные ресурсы) «Маркетинг»

для обучающихся образовательной программы направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль «Менеджмент организации» степень (квалификация) бакалавр менеджмента

Наименование	Место хранения / Электронный адрес	Количество экземпляров / точки доступа
Основная литература		
Нуралиев, С.У. Маркетинг / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 362 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290	Университетская библиотека-онлайн	Неограниченный доступ
Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 545 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450394	Университетская библиотека-онлайн	Неограниченный доступ
ахаев, Р.К. Маркетинг / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 3-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 550 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722	Университетская библиотека-онлайн	Неограниченный доступ
Дополнительная литература		
Годин, А.М. Маркетинг / А.М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 656 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262	Университетская библиотека-онлайн	Неограниченный доступ

Наименование	Место хранения / Электронный адрес	Количество экземпляров / точки доступа
Маркетинг / О.Г. Алешина, О.С. Веремеенко, Ю.Ю. Сулова и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2017. – 214 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497291	Университетская библиотека-онлайн	Неограниченный доступ
Учебно-методическая литература для самостоятельной работы		
Моргунов, В.И. Международный маркетинг / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. – Москва : Дашков и Ко, 2015. – 182 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221300	Университетская библиотека-онлайн	Неограниченный доступ
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786	Университетская библиотека-онлайн	Неограниченный доступ
Ресурсы сети интернет		
Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров.	www.marketcenter.ru	
Сайт электронного журнала по маркетингу	www.4p.ru	
Сайт Гильдии маркетологов	www.marketologi.ru	
Информационно-справочные системы		
Консультант Плюс	Consultant.ru	

Карта материально-технической базы дисциплины

«Маркетинг»

для обучающихся образовательной программы

направление подготовки 38.03.01 Менеджмент,

направленность (профиль) Менеджмент организации

по заочной форме обучения

Номер аудитории/помещения 660017, Красноярский край, г. Красноярск, ул. К. Маркса, зд. 100, (Корпус № 3)	Оборудование (наглядные пособия, макеты, модели, лабораторное оборудование, компьютеры, интерактивные доски, проекторы, информационные технологии, программное обеспечение и др.)
	Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
1-04	- Учебная доска -1 шт., стол для инвалида-колясочника -1 шт. - Программного обеспечения – нет
1-06	- Учебная доска-1шт., проектор-1шт., компьютер -1шт., экран-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
2-01	- Учебная доска-1шт., проектор-1шт., экран-1шт., системный блок-1шт. - Программного обеспечения: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
2-02	- Учебная доска-1шт., интерактивная доска-1шт., шкаф-1шт., проектор-1 шт. - Программного обеспечения – нет
2-03	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-04	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-05	- Компьютер-3шт., МФУ-2шт., принтер-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
2-06 (Учебно-исследовательская лаборатория «Центр психологических и педагогических исследований»)	- Компьютер-10шт., интерактивная доска с встроенным проектором-1шт., телевизор-1шт., учебно-методическая литература - Программное обеспечение: Microsoft® Windows® 8.1 Professional (OEM лицензия, контракт № 20А/2015 от 05.10.2015); Kaspersky Endpoint Security – Лиц сертификат №1В08-190415-050007-883-951; 7-Zip - (Свободная лицензия GPL); Adobe Acrobat Reader – (Свободная лицензия); Google Chrome – (Свободная лицензия); Mozilla Firefox – (Свободная лицензия); LibreOffice – (Свободная лицензия GPL); XnView – (Свободная лицензия); Java – (Свободная лицензия); VLC – (Свободная лицензия); Psychometric Expert-8 (Контракт № 11/09С от24.09.2015)
2-07 (Аудитория для тренингов)	- МФУ-1шт., магнитофон-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-09	- Флипчарт-1шт., маркерная доска-1шт., телевизор-1шт. - Программного обеспечения – нет
2-10	- Учебная доска -1шт., таблицы по детской психологии,

	проектор-1шт., экран-1шт., компьютер – 1шт., интерактивная доска-1шт., маркерная доска-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-01	- Учебная доска-1шт., проектор-1шт., интерактивная доска-1шт., схемы и таблицы по менеджменту, компьютер- 1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-01a	- Компьютер-1шт., МФУ-1шт., принтер-1шт., сканер-1шт., проектор-1шт., ноутбук-1шт. - Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-03	- Проектор-1шт., учебная доска-1шт., экран-1шт., компьютер-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-04	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
3-05	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
3-06	- Интерактивная доска с проектором-1шт., маркерная доска-1шт., системный блок-1шт. - Программное обеспечение: Linux Mint – (Свободная лицензия GPL)
3-07	- Оборудования – нет - Программного обеспечения – нет
3-08	- Учебная доска-1шт., экран-1шт., проектор-1шт. - Программного обеспечения – нет
3-10	- Учебная доска-1 шт., экран напольный-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-03	- Маркерная доска-1шт., проектор- 1 шт., экран -1шт. - Программного обеспечения – нет
4-04	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-05	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-06	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-08	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
4-09	- Учебная доска-1шт. - Программного обеспечения – нет
Помещения для самостоятельной работы, индивидуальных консультаций	
2-11 (Методический кабинет)	- Компьютер-14шт. - Программное обеспечение: Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017)
4-01 (Информационно-методический ресурсный центр)	- Компьютер- 4шт. - Программное обеспечение: Альт Образование 8 (лицензия № ААО.0006.00, договор № ДС 14-2017 от 27.12.2017)

