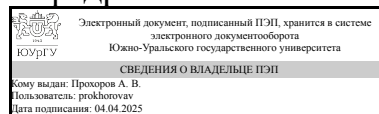


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



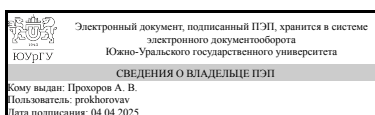
А. В. Прохоров

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.02 Управление маркетинговой деятельностью предприятия  
для направления 38.03.02 Менеджмент  
уровень Бакалавриат  
профиль подготовки Управление организацией  
форма обучения очно-заочная  
кафедра-разработчик Современные образовательные технологии

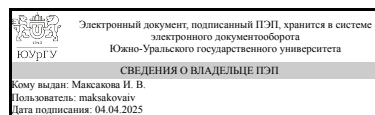
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,  
к.техн.н., доц.



А. В. Прохоров

Разработчик программы,  
к.техн.н., доц., доцент



И. В. Максакова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины: овладение принципами и методами маркетингового управления предприятием, принятия стратегических и тактических (оперативных) решений в рамках понимания управления маркетингом: – как современной управленческой концепции; – как управление важнейшей функцией предприятия; – как управление спросом и активным формированием рынка для предприятия

Основные задачи: – получение знаний основных принципов разработки стратегий и программ маркетинга; – изучение маркетинга как управленческой концепции; стратегии и тактики маркетингового управления: цели, этапы процесса управления, основные принципы и подходы к управлению; – изучение основ управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением; количественных и качественных методик сбора информации о продуктах, рынках и различных рыночных субъектах; – умение принимать решения в меняющейся рыночной ситуации и аргументировать их. – формирования и использования службы маркетинга для решения оперативных и стратегических задач во взаимодействии со всеми другими функциональными службами предприятия; принимать согласованные решения в области продуктовой, ценовой, распределительной и рекламной политики, оценивать результативность маркетинговых усилий предприятия.

### Краткое содержание дисциплины

Организация, планирование и контроль маркетинговой деятельности предприятия.  
Анализ окружающей среды. Стратегический и оперативный маркетинг.  
Формирование целей маркетинговой деятельности предприятия.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                                        | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3 Способен реализовывать управление маркетинговой деятельностью предприятия для продвижения продуктов и услуг, а также управления проектами организации | Знает: цели и задачи управления маркетингом; роль и место управления маркетингом в менеджменте корпорации; принципы управления маркетингом; основы организации маркетинговой деятельности корпорации; процесс разработки стратегии маркетинга; процесс разработки оперативного плана маркетинга; основы организации контроля, оценки и аудита маркетинга<br>Умеет: правильно формулировать цели и задачи управления маркетингом; сформировать адекватную организационную структуру службы маркетинга; разработать план маркетинга; ставить и решать задачи операционного маркетинга; разработать комплекс маркетинга для товара (услуги); оценить эффективность управления маркетингом организации<br>Имеет практический опыт: разработки стратегии маркетинга; реализации основных управленческих функций (принятие решений, |

|  |                                                                                                                            |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | организация, мотивация и контроль); разработки плана и бюджета маркетинга; проведения контроля, оценки и аудита маркетинга |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Нет                                                           | Не предусмотрены                            |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 38,25 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

| Вид учебной работы                                                             | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                                                                |             | Номер семестра                     |
|                                                                                |             | 7                                  |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                                  | 108         | 108                                |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                     | 32          | 32                                 |
| Лекции (Л)                                                                     | 16          | 16                                 |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)     | 16          | 16                                 |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                       | 0           | 0                                  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                            | 69,75       | 69,75                              |
| Самостоятельное изучение разделов дисциплины и подготовка к выполнению заданий | 29,75       | 29.75                              |
| Подготовка к экзамену                                                          | 20          | 20                                 |
| Выполнение заданий ЭУК в "Электронном ЮУрГУ"                                   | 20          | 20                                 |
| Консультации и промежуточная аттестация                                        | 6,25        | 6,25                               |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                       | -           | зачет                              |

### 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                      | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---|----|----|
|           |                                                                       | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений | 4                                         | 2 | 2  | 0  |
| 2         | Информационное обеспечение маркетинговой деятельности                 | 4                                         | 2 | 2  | 0  |
| 3         | Управление маркетингом на корпоративном уровне                        | 4                                         | 2 | 2  | 0  |

|   |                                                                                  |   |   |   |   |
|---|----------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| 4 | Управление маркетингом на функциональном уровне                                  | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 5 | Управление маркетингом на инструментальном уровне                                | 8 | 4 | 4 | 0 |
| 6 | Организация службы маркетинга на предприятии, планирование и контроль маркетинга | 4 | 2 | 2 | 0 |

## 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия                                                                                                                                                               | Кол-во часов |
|----------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1        | 1         | .Концепция управления предприятием, действующим на принципах маркетинга..Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием                                                                                    | 2            |
| 2        | 2         | .Маркетинговые исследования в системе управления маркетингом..Оценка маркетинговой среды предприятия                                                                                                                  | 2            |
| 3        | 3         | Система маркетинговых стратегий предприятия.Портфельные стратегии..Стратегии роста. Особенности выбора стратегии развития малых средних и крупных фирм..Конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия | 2            |
| 4        | 4         | Сегментация рынка. Выбор целевых сегментов.                                                                                                                                                                           | 2            |
| 5        | 4         | Позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга.                                                                                                                                               | 2            |
| 6        | 5         | Управление товаром. Управление ценой.                                                                                                                                                                                 | 2            |
| 7        | 5         | Управление каналами распределения. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами                                                                                                                             | 2            |
| 8        | 6         | Организационное построение службы маркетинга на предприятии..Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.Контроль, оценка и аудит (ревизия) маркетинга                                        | 2            |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                                                                                            | Кол-во часов |
|-----------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Обсуждение вопросов по теме                                                                             | 2            |
| 2         | 2         | Планирование маркетингового исследования. инструменты маркетинговых исследований                                                                                               | 2            |
| 3         | 3         | Виды маркетинговых стратегий на корпоративном уровне. Матричный инструментарий стратегического планирования                                                                    | 2            |
| 4         | 4         | Сегментация рынка. Признаки сегментирования. Анализ рыночных сегментов                                                                                                         | 2            |
| 5         | 4         | Рыночное позиционирование. Использование карт позиционирования.                                                                                                                | 2            |
| 6         | 5         | Основные инструменты разработки товарной политики. Стратегии и методы ценообразования                                                                                          | 2            |
| 7         | 5         | Сбытовая политика организации. Управление каналами распределения. Коммуникативная политика организации. Управление коммуникационными маркетинговыми средствами                 | 2            |
| 8         | 6         | Организационное построение службы маркетинга на предприятии..Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.Контроль, оценка и аудит (ревизия) маркетинга | 2            |

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                                                                 |                                                                            |         |              |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                                                                     | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс | Семестр | Кол-во часов |
| Самостоятельное изучение разделов дисциплины и подготовка к выполнению заданий | ЭУМД: №1 С. 4-136, №2 С. 10-231                                            | 7       | 29,75        |
| Подготовка к экзамену                                                          | ЭУМД: №1 С. 4-136, №2 С. 10-231                                            | 7       | 20           |
| Выполнение заданий ЭУК в "Электронном ЮУрГУ"                                   | <a href="https://edu.susu.ru">https://edu.susu.ru</a>                      | 7       | 20           |

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля             | Название контрольного мероприятия | Вес  | Макс. балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                      | Учитывается в ПА |
|------|----------|--------------------------|-----------------------------------|------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1    | 7        | Текущий контроль         | Задание 1                         | 0,1  | 10         | Задание содержит вопросы по теме. Необходимо ответить на вопросы и выполнить предложенные задания. Критерии оценки - в файле задания                                                                                           | зачет            |
| 2    | 7        | Текущий контроль         | Задание 2                         | 0,18 | 10         | Задание представляет собой решение кейса. Кейс содержит 5 вопросов. Правильный аргументированный ответ на каждый воарос - 2 балла.                                                                                             | зачет            |
| 3    | 7        | Текущий контроль         | Задание 3                         | 0,18 | 10         | Задание содержит 2 задачи. Правильный аргументированный ответ на вопросы задачи - 5 баллов                                                                                                                                     | зачет            |
| 4    | 7        | Текущий контроль         | Задание 4                         | 0,18 | 14         | Задание содержит 7 задач. Правильное решение каждой задачи с необходимой аргументацией и выводами - 2 балла                                                                                                                    | зачет            |
| 5    | 7        | Текущий контроль         | Задание                           | 0,18 | 10         | Задание содержит кейс с заданиями. Полностью выполненные задания кейса - 10 баллов (1 задание 2 балла, 2 задание 8 баллов)                                                                                                     | зачет            |
| 6    | 7        | Текущий контроль         | Задание 6                         | 0,18 | 10         | Полностью выполненное задание оценивается 10 баллов. Критерии оценки в файле                                                                                                                                                   | зачет            |
| 7    | 7        | Промежуточная аттестация | Тест промежуточной аттестации     | -    | 30         | Промежуточная аттестация проводится на портале «Электронный ЮУрГУ» ( <a href="https://edu.susu.ru">https://edu.susu.ru</a> ). В назначенное по расписанию время студент проходит видео-и аудио-идентификацию и выполняет тест. | зачет            |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                            |  |
|--|--|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | Студенту предоставляется 1 попытка с ограничением по времени для прохождения теста. Попытки оцениваются автоматически: максимальный балл за каждый вопрос - 1. Количество вопросов - 30. Метод оценивания — высшая оценка. |  |
|--|--|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                    | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| зачет                        | На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе взвешенной суммы полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и задание промежуточной аттестации. | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | № КМ |   |   |   |   |   |   |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|---|---|---|
|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ПК-3        | Знает: цели и задачи управления маркетингом; роль и место управления маркетингом в менеджменте корпорации; принципы управления маркетингом; основы организации маркетинговой деятельности корпорации; процесс разработки стратегии маркетинга; процесс разработки оперативного плана маркетинга; основы организации контроля, оценки и аудита маркетинга |      | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3        | Умеет: правильно формулировать цели и задачи управления маркетингом; сформировать адекватную организационную структуру службы маркетинга; разработать план маркетинга; ставить и решать задачи операционного маркетинга; разработать комплекс маркетинга для товара (услуги); оценить эффективность управления маркетингом организации                   |      | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3        | Имеет практический опыт: разработки стратегии маркетинга; реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивация и контроль); разработки плана и бюджета маркетинга; проведения контроля, оценки и аудита маркетинга                                                                                                       |      |   | + | + | + | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Управление маркетингом на предприятии : учебно-методическое пособие / О. С. Елкина, Т. Д. Синявец, Н. В. Катунина, А. А. Веретено ; под редакцией Т. Д. Синявец. — Омск : ОмГУ, 2016. — 264 с. — ISBN 978-5-7779-1994-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/89983> (дата обращения: 23.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы            | Наименование ресурса в электронной форме    | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---|---------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Основная литература       | ЭБС издательства Лань                       | Управление маркетингом : учебное пособие / Л. Н. Минеева, Ю. А. Бутырина, А. И. Пшенцова [и др.]. — Саратов : Вавиловский университет, 2024. — 240 с. — ISBN 978-5-00207-653-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/450410">https://e.lanbook.com/book/450410</a> (дата обращения: 04.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.                                                                                                             |
| 2 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система Znanium.com | Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/10268. - ISBN 978-5-16-010430-0. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/1073056">https://znanium.ru/catalog/product/1073056</a> (дата обращения: 04.04.2025). — Режим доступа: по подписке. <a href="https://znanium.com/catalog/product/1073056">https://znanium.com/catalog/product/1073056</a> |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.   | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий                                                |
|---------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Практические занятия и семинары | 118а (2) | Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»; Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, |

|                                 |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 |          | 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно)                                                                                                                                                                                                  |
| Самостоятельная работа студента | 118а (2) | Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»); Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно) |
| Зачет                           | 118а (2) | Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»); Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно) |
| Контроль самостоятельной работы | 118а (2) | Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»); Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно) |
| Лекции                          | 118а (2) | Компьютер 15 шт.(Intel(R) Celeron(R) CPU J1800 @ 2.41 GHz, 4,00 ГБ ОЗУ с выходом в Интернет и доступом в портал «Электронный ЮУрГУ»); Компьютер 1 шт. (Intel(R) Core(TM) i7-7700 CPU @ 3.60 GHz, 8,00 ГБ ОЗУ); Интерактивная доска IQBoard PS, Проектор EPSON, наушники с микрофоном Logitech, Монитор-15 шт. Microsoft – Windows (бессрочно), Microsoft-Office (бессрочно) |