

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Северо-Осетинский государственный университет  
имени Коста Левановича Хетагурова»*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАМА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Разработка маркетинговой программы в стратегии компании»**

**Направление 38.04.02 Менеджмент**  
Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"  
Год начала подготовки - 2022

**Квалификация (степень) выпускника –магистр**

Владикавказ

2022

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.04.02, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. N 952, учебным планом подготовки по направлению 38.04.02, Программа «Маркетинг, реклама и связи с общественностью», утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» (протокол № 11 от 29.04.2021)

Составители: доц Бекмурзаева З.Х.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента, маркетинга и туризма

(протокол от «14» апреля 2022 г. № 5).

Одобрена советом факультета экономики и управления

(протокол от «20» апреля 2022 г. № 8)

*Рабочая программа дисциплины принята в составе основной профессиональной образовательной программы решением ученого совета 31.05.2022, протокол № 13.*

## 1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы.(144 час.).

|                          | Очная форма обучения |
|--------------------------|----------------------|
| Курс                     | 2                    |
| Семестр                  | 3                    |
| Лекции                   | 18                   |
| Практические занятия     | 18                   |
| Лабораторные занятия     | -                    |
| Консультации             |                      |
| Итого аудиторных занятий | 36                   |
| Самостоятельная работа   | 72                   |
| Курсовая работа          | +                    |
| Зачет                    | -                    |
| Экзамен                  | 36                   |
| Общее количество часов   | 144 час.             |

## 2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Разработка маркетинговой программы в стратегии компании» является формирование целостного представления о разработке маркетинговых программ и приобретение практических навыков, с тем чтобы обучающиеся смогли успешно применять их в своей последующей работе. Ставится задача сформировать у обучающихся четкое представление о значении маркетинга и маркетингового планирования, обучить их четкой последовательности действий по составлению плана маркетинга и готовые формы пошаговой реализации процесса планирования.

## 3. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Разработка маркетинговой программы в стратегии компании» относится к дисциплинам Блок 1.Дисциплины (модули) . Часть, формируемая участниками образовательных отношений . Б1.В.07.

## 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3);

Способен участвовать в разработке проектов в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью (ПК-1).

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП:

| Код и наименование компетенции   | Индикатор достижения компетенции   | Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)   |
|--|--|--|
| УК-3–<br>Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели. | УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели               | -Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия.<br>-Умеет строить деловые отношения с окружающими людьми, с коллегами.<br>-Владеет практическим опытом участия в командной работе.   |
|  | УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников.                 | -Знает особенности поведения личности в командной работе;<br>-Умеет учитывать особенности поведения и интересы других участников команды;<br>-Владеет навыками социального взаимодействия.   |
|  | УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого. | -Знает методы продуктивного взаимодействия в командной работе;<br>-Умеет строить продуктивное взаимодействие и предотвращать конфликты;<br>-Владеет навыками решения конфликтных ситуаций.   |
| ПК-1-<br>Способен участвовать в разработке проектов в сфере маркетинга, рекламы и связей с общественностью                       | ПК-1.1. Разрабатывает концепции проекта в сфере маркетинга, рекламы и PR   | -Знает принципы разработки проекта в сфере маркетинга, рекламы и PR.<br>-Умеет разрабатывать концепцию проекта в сфере маркетинга, рекламы и PR.<br>-Владеет навыками концептуального мышления и проектирования в сфере маркетинга, рекламы и PR.  |
|  | ПК-1.2. Готовит решения о реализации проекта в сфере маркетинга, рекламы и PR  | -Знает организационно-управленческую базу принятия решений в сфере маркетинга, рекламы и PR.<br>-Умеет осуществлять поиск и анализ информации для реализации проектных решений в сфере маркетинга, рекламы и PR.<br>-Владеет опытом и навыками подготовки решений в рамках реализации проекта в сфере маркетинга, рекламы и PR |

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

6. Таблица 5.1

| Но<br>мер<br>п/п | Наименование тем (вопросов),<br>изучаемых по данной<br>дисциплине   | Занятия |    | Самостоятельная работа<br>Студентов  |          | Формы<br>контроля    | Литература          |
|------------------|---|---------|----|--|----------|----------------------|---------------------|
|                  |   | л       | пр | Содержание   | Ча<br>сы |                      |                     |
| 1.               | Тема «Планирование маркетинга»<br>1.Значение маркетингового планирования<br>2.Необходимость маркетингового планирования.<br>3.Основные задачи планирования в маркетинге.          | 4       | 4  | -Принципы планирования в маркетинге<br>-Подход к планированию маркетинга.                              | 8        | Устный опрос         | [1-2 о];<br>[1-5 д] |
| 2.               | Тема «Анализ существующего бизнеса»<br>1.Подходы к анализу<br>2.АВС-анализ  | 2       | 2  | Анализ перспективности рынка и состояния рыночной среды  | 14       | Коллоквиум           | [1-2 о];<br>[1-5 д] |
| 3.               | Тема «Стратегия маркетинга»<br>1.Миссия организации<br>2. Стратегическое планирование<br>3. SWOT- анализ и реализация стратегии компании<br>4. Стратегия и контроля ее исполнения | 4       | 4  | -Разработка миссии организации<br>- Целевые рынки<br>- Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов | 14       | Практическое занятие | [1-2 о];<br>[1-5 д] |
| 4.               | Тема «Программы маркетинга»   | 2       | 2  | -Программы маркетинга как  |          | Устный опрос         | [1-2 о];<br>[1-5 д] |

|    |  |           |           |  |           |                      |                     |
|----|--|-----------|-----------|--|-----------|----------------------|---------------------|
|    | 1. Сущность маркетинговых программ.<br>2. Виды и структура маркетинговых программ.   |           |           | инструмент рыночной деятельности предприятия.<br>- Преимущества планирования на основе маркетинговых исследований;                                     | 12        |                      |                     |
| 5. | Тема «Разработка плана маркетинга»<br>1.План маркетинга.<br>2.Этапы разработки плана маркетинга.<br>3. Контроль исполнения плана маркетинга  | 2         | 2         | -План проведения аудита маркетинга организации<br>-Виды контроля   | 12        | практическое занятие | [1-2 о];<br>[1-5 д] |
| 6. | Тема «Управление планированием маркетинга».<br>1.Потребность в руководстве.<br>2.Измерения планирования<br>3.Управление изменениями в компании и реинжиниринг  | 2         | 2         | - Структура, процессы и отношения в организации<br>-Знания и опыт сотрудников как ключевые факторы успеха<br>-Методы мотивации сотрудников организации | 14        | Устный опрос         | [1-2 о];<br>[1-5 д] |
| 7. | Тема «Бизнес-план и его связь с программой маркетинга»<br>1.Назначение и основные цели бизнес-плана<br>2.Структура бизнес-плана и содержание его основных разделов<br>3.Основные этапы и проблемы разработки бизнес -плана | 2         | 2         |  |           |                      | [1-2 о];<br>[1-5 д] |
|    | <b>Итого</b>   | <b>18</b> | <b>18</b> |  | <b>72</b> |                      |                     |

**Примечания:**

– Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

– В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте и с использованием платформ

дистанционного обучения.

## 6. Образовательные технологии

В соответствии с государственными образовательными стандартами высшего образования реализация учебного процесса должна предусматривать проведение занятий в интерактивных и активных формах. Внедрение этих форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. Цель – повышение эффективности образовательного процесса, достижение всеми обучающимися высоких результатов обучения.

Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации. Суть использования активных и интерактивных форм проведения состоит в погружении студентов в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем, оптимальную для выработки навыков и качеств будущего специалиста.

Для решения воспитательных и учебных задач преподавателем могут быть использованы следующие интерактивные формы обучения.

**Традиционные лекции и практические (семинарские) занятия** с использованием современных интерактивных технологий.

**Лекция-диалог** – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

**Онлайн-семинар** – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника.

**Видеоконференция** – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

**Видео-лекция** – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

**Технология электронного обучения** (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

**Творческое задание** составляет содержание (основу) любой интерактивной формы проведения занятия. Выполнение творческих заданий требует от студента воспроизведения полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем и требующей творческого подхода: 1) подборка примеров из практики; 2) подборка материала по определенной проблеме;

**Публичная презентация проекта** - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации позволяют эффектно и наглядно представить содержание, выделить и проиллюстрировать сообщение.

**Интерактивная лекция** представляет собой выступление преподавателя перед аудиторией студентов с применением следующих интерактивных форм обучения: 1. управляемая дискуссия или беседа; 2. демонстрация слайдов или учебных фильмов; 3. мозговой штурм; 4. мотивационная речь и др.

**Разработка проекта** позволяет участникам мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Участники могут обратиться за консультацией, дополнительной литературой в специализированные учреждения, библиотеки и т.д.

**Проблемное обучение-** поиск ответов на вопросы по теме.

## **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

К видам самостоятельной работы при изучении данной дисциплины относится: написание докладов, эссе, подготовка презентаций, самостоятельное изучение литературы по теме и составление по ней конспектов, работа со справочными материалами (терминологическими и иными словарями, энциклопедиями) и т.д.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

(Методические рекомендации по дисциплине прилагаются).

Самостоятельная работа оформляется в письменном виде объемом до 20 страниц рукописного текста. Структура работы может быть следующей: актуальность и основное содержание вопросов темы, проблематика и различные концепции решения с анализом положительных и отрицательных сторон, разработка самостоятельных предложений по решению данных проблем.

Работу следует выполнять в полном соответствии с планом, приведенном в каждой теме. Текст работы должен свидетельствовать об умении магистранта правильно, сжато и четко излагать рассматриваемый материал, выделяя при этом наиболее существенные моменты. Работа не может носить описательный характер, а должна содержать констатацию положения, формулировки, проблемы, критические высказывания, предложения и рекомендации с их экономическим обоснованием, а также соответствующие графические материалы и расчеты.

Раскрывая содержание темы магистранту необходимо показать глубокое знание вопросов и показать состояние рассматриваемых проблем в специальной литературе. Для этого следует творчески подходить к выполнению работы. Глубокое теоретическое освещение вопросов темы, тесная связь рассматриваемых проблем с практикой является одним из важных требований к самостоятельной работе.

Основное содержание самостоятельной работы излагается в виде доклада, аналитического обзора на практических занятиях. Выступление должно быть кратким (продолжительностью до 10-12 мин.), четко аргументированным, отражать современное видение темы. Выступление проводится в виде дискуссии на заданную тему.

Все вопросы, связанные с выбором темы, структурой и содержанием работы, подбором необходимой литературы и разработкой предложений магистрант решает вместе с преподавателем курса.

Качество подготовки самостоятельной работы магистранта учитывается при подведении итогов усвоения курса. При этом следует отмечать: степень освоения рассматриваемой темы, значимость проблем, самостоятельность и оригинальность решения предлагаемых мероприятий, их аргументированность и обоснованность.

### **Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации**

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титальный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков,

фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

#### **Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Разработка маркетинговой программы в стратегии компании»**

Практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, решаются задачи из практикума, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет изложение теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть конкретными и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

**Устный опрос** требует от преподавателя большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

**Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.**

**Фронтальный опрос** проводится в форме беседы преподавателя с группой.

Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

**Индивидуальный опрос** предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

**Письменная проверка** наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытаться объективность оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

## **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

### **Виды контроля.**

Рабочая программа предполагает текущий и итоговый контроль знаний.

**Текущий контроль** – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают *опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания*, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала

### **Практические занятия**

Практические занятия призваны сформировать у магистранта практические навыки планирования основных параметров деятельности предприятий разной отраслевой принадлежности и организационно-правовых форм.

Целями практических занятий являются: 1) более глубокое знакомство с некоторыми узловыми вопросами соответствующего раздела; 2) обретение навыков научно-исследовательской работы; 3) выработка умения самостоятельно и критически подходить к решению проблемной ситуации; 4) формирование общекультурных и профессиональных компетенций курса.

### **Критерии формирования оценок.**

Максимальное количество баллов за работу на практическом занятии – 5 баллов.

5 балла – студент хорошо разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение самостоятельно решать проблемную ситуацию, приходит к самостоятельным аргументированным выводам и отстаивает свою точку зрения, соблюдает нормы литературной речи, активно участвует в работе группы на занятии.

4 балла – студент разбирается в обсуждаемом материале, демонстрирует умение находить подходы к решению проблемной ситуации, приходит к самостоятельным аргументированным выводам, не проявляет активность в работе группы на семинаре.

3 балла – студент неполно владеет материалом, при изложении фактического материала допуская отдельные неточности, знает материал и различные точки зрения по обсуждаемой проблеме, но возникают трудности с их анализом, демонстрирует понимание проблемной ситуации, умеет излагать собственную позицию, но не все выводы носят доказательный характер.

2 балла -студент не владеет, материалом, не может ответить на наводящие вопросы преподавателя

### **Презентация**

Цель подготовки студентом презентации по теме заключена в анализе, обобщении представленного для изучения материала, в самостоятельном исследовании дополнительных источников по теме, в представлении этого материала в устной форме с привлечением визуальных способов отображения информации (например, подготовка презентации в Power Point) или без их использования.

### **Критерии оценки презентации:**

Цель подготовки студентом презентации по теме заключена в анализе, обобщении представленного для изучения материала, в самостоятельном исследовании дополнительных источников по теме, в представлении этого материала в устной форме с привлечением визуальных способов отображения информации (например, подготовка презентации в Power Point) или без их использования

**Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### **Экзамен**

Экзамен – это форма итогового контроля, цель которого заключается в конечной проверке и оценке полученных студентами знаний по изучаемой дисциплине в течение одного семестр.

### **Вопросы для подготовки к экзамену (для формирования компетенций УК-3, ПК-**

**1)**

1. Значение маркетингового планирования
2. Необходимость маркетингового планирования.
3. Основные задачи планирования в маркетинге.
4. Принципы планирования в маркетинге
5. Подход к планированию маркетинга..
6. Анализ существующего бизнеса.
7. ABC-анализ.
8. Анализ перспективности рынка и состояния рыночной среды
9. Миссия организации
10. Разработка миссии организации
11. Стратегическое планирование в программе маркетинга.
12. Стратегия и контроли ее исполнения.
13. Целевые рынки.

14. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов.
15. Сущность маркетинговых программ.
16. Программы маркетинга как инструмент рыночной деятельности предприятия.
17. Виды и структура маркетинговых программ.
18. Преимущества планирования на основе
19. План маркетинга.
20. Этапы разработки плана маркетинга.
21. План проведения аудита маркетинга организации
22. Контроль исполнения плана маркетинга.
23. Виды контроля маркетинга..
- 24..Глобальные направления маркетинговой стратегии.
24. Основные стратегии фирм.
25. Типы маркетинговых стратегий в зависимости от доли на рынке.
26. Сущность маркетинговых программ и их структура.
27. Процесс разработки маркетинговой программы.
28. Виды маркетинговых программ.
29. Потребность в руководстве при управлении планирование маркетинга.
30. Измерения планирования маркетинга.
31. Управление изменениями в компании и реинжиниринг..
32. Структура, процессы и отношения в организации
33. Процесс управления маркетингом на предприятии.
34. Организация отдела маркетинга на предприятии.
35. Знания и опыт сотрудников как ключевые факторы успеха
36. Координация работы подразделений фирмы.
37. Методы мотивации сотрудников организации.
38. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга
39. Структура бизнес-плана и содержание его основных разделов.
40. Основные этапы и проблемы разработки бизнес –плана.

**Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

| Уровень сформированности компетенций                 |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <u>Компетенции не сформированы.</u>                  | <u>Компетенции сформированы.</u>                                   | <u>Компетенции сформированы.</u>                                  | <u>Компетенции сформированы.</u>  |
| Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы. | Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят | Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, | Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | репродуктивный характер.<br>Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.  | применяются к решению типовых заданий.<br>Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.  | решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий.<br>Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка   |
| <b>Описание критериев оценивания</b>   |   |  |  |
| Обучающийся демонстрирует:<br>- существенные пробелы в знаниях учебного материала;<br>- допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий;<br>- непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий;<br>- отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;<br>- отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. | Обучающийся демонстрирует:<br>- знания теоретического материала;<br>- неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов;<br>- неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы;<br>- недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;<br>- умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. | Обучающийся демонстрирует:<br>- знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;<br>- твердые знания теоретического материала.<br>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;<br>- правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;<br>- умение решать практические задания, которые следует выполнить;<br>- владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;<br>- наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии | Обучающийся демонстрирует:<br>- глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;<br>- полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;<br>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;<br>- логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора;<br>- умение решать практические задания;<br>- свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы. |

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
|   |  | отдельных положений<br>вопросов,<br>присутствует<br>неуверенность<br>в<br>ответах. |   |
| <b>Оценка<br/>«неудовлетворительно<br/>» / не зачтено</b> | <b>Оценка<br/>«удовлетворительно<br/>» / «зачтено»</b> | <b>Оценка<br/>«хорошо» / «зачтено»</b>   | <b>Оценка<br/>«отлично» /<br/>«зачтено»</b> |

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература:

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16502-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531181>
2. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452438>
3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05052-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454522>

### б) дополнительная литература:

1. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454471>
2. Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Москва : Дашков и К°, 2018. — 440 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>
3. Сбоева, И.А. Стратегический маркетинг инновационного продукта : учебное пособие / И.А. Сбоева ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. — 204 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560559>
4. Чернопятов, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятов. — 2-е изд., стер. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 439 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259>

**в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:**

| № п/п | Наименование  | № договора(лицензия)  | Страна-производитель |
|-------|---|---|----------------------|
| 1.    | Windows 10 Enterprise   | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г  | США                  |
| 2.    | Windows 7 Professional  | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г  | США                  |
| 3.    | OfficeStandard 2016   | № 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г  | США                  |
| 4.    | Система тестирования SunravWEBClass   | №468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)  | Россия               |
| 5.    | Программное обеспечение 1С:Предприятие. Бухгалтерский Учет. Типовая конфигурация 8 сетевая версия | № СД/108 от 29.08.2017 (максимум-софт) бессрочно  | Россия               |
| 6.    | Система компьютерной верстки MikTex   | Лицензия FSF/Debian (Свободное программное обеспечение) (бессрочно)   |                      |
| 7.    | KasperksyEndpoint Security  | До 22.01.2024   | Россия               |
| 8.    | Программное обеспечение для редактирования химических формул IsisDraw                             | Свободное программное обеспечение(бессрочно)  | США                  |
| 9.    | Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»  | № 6262 от 09.01.2023 (действителен до 31.12.2023г) с ОАО «Анти-Плагат»  | Россия               |
| 10.   | Программное обеспечение 1С:Предприятие 8.3 Управление торговлей                                   | №КП /108 от 29.08.2017 с ООО «Максимум»(бессрочно)  | Россия               |
| 11.   | Программное обеспечение 1С:зарплата и кадры гос.учреждения8                                       | №СД./ №126., 01.07.2020г. «МАКСИМУМ-СОФТ» бессрочно   | Россия               |
| 12.   | Программное обеспечение 1С:бюджет.  | №СД/76 01.03.2017г. «максимум-софт» (бессрочно)   | Россия               |
| 13.   | Автоматизированная система «Управление –Деканат БРС»  | Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611830 от 06.02.2015г.(бессрочно)                  | СОГУ                 |
| 14.   | Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»   | Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015г. (бессрочно) | СОГУ                 |
| 15.   | Планы   | №8867, от09.01.2023г. (09.01.2023г. до 31.12.2023г.) ООО ЛММИС  | Россия               |
| 16.   | VSDESK  | № 210406/01 от 06.04.2021г. ИП И.А.Сергеевич Тех.под. 07.04.2022  | Россия               |
| 17.   | «Галактика»   | от 14.03.2022г (примерная дата)   | Россия               |
| 18.   | DIRECTUMRX – Система электронного документооборота  | ООО Галактика ИТ договор № 120320/Д/А от 14.03.2022(примерная дата)   | Россия               |
| 19.   | Услуги связи (доступ к сети интернет)   | ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г -31.12.2022г   | Россия               |

|     |  |  |                                   |
|-----|--|--|-----------------------------------|
| 20. | MOODLE   | Бесплатное российское  | США<br>(бесплатное<br>российское) |
| 21. | «Галактика РУЗ»  | Лицензия бессрочная<br>Тех.сопровождение от 14.03.2022 г   | Россия                            |
| 22. | Личный кабинет абитуриента   | Лицензия бессрочная<br>Тех.сопровождение от 14.03.2022 г   | Россия                            |
| 23. | Личный кабинет студента/сотрудника   | Лицензия бессрочная<br>Тех.сопровождение от 14.03.2022 г   | Россия                            |
| 24. | Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ)  | <a href="https://dvs.rsl.ru">https://dvs.rsl.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ                     | Россия                            |
| 25. | ЭБС"Университетская библиотека ONLINE"   | <a href="https://biblioclub.ru">https://biblioclub.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ               | Россия                            |
| 26. | ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»   | <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ                     | Россия                            |
| 27. | Универсальная баз данных EastView  | <a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>  | США                               |
| 28. | ЭБС «Консультант студента»<br>Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом.            | <a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ | Россия                            |
| 29. | ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям | <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a><br>Требуется регистрация в библиотеке СОГУ          | Россия                            |
| 30. | КЭП (домен на Яндексe)   | бесплатное   | Россия                            |
| 31. | РусГард  | бесплатное   | Россия                            |
| 32. | ViPNet   | бесплатное   | Россия                            |

### Профессиональные базы данных и Интернет-ресурсы:

|  |   |
|--|---|
| Административно-управленческий портал            | <a href="http://www.aup.ru">http://www.aup.ru</a>                                     |
| Электронная библиотека по экономике и управлению | <a href="http://www.konsalter.ru/biblioteka/">http://www.konsalter.ru/biblioteka/</a> |
| Корпоративный менеджмент. Библиотека управления  | <a href="https://www.cfin.ru">https://www.cfin.ru</a>                                 |

|  |   |
|--|---|
| Образовательный портал для обучения начинающих специалистов практическим основам маркетинга, брендинга и рекламы                   | <a href="http://powerbranding.ru">http://powerbranding.ru</a>   |
| Форум маркетологов, аналитические материалы, магазин исследований и ряд бесплатных сервисов для маркетологов и компаний            | <a href="https://www.4p.ru/main/index.php">https://www.4p.ru/main/index.php</a>                             |
| Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка   | <a href="https://www.r-trends.ru">https://www.r-trends.ru</a>   |
| Некоммерческое партнёрство «Гильдия маркетологов»  | <a href="https://www.marketologi.ru">https://www.marketologi.ru</a>   |
| Объединение исследователей рынка и общественного мнения  | <a href="https://oirom.ru">https://oirom.ru</a>   |
| Электронная библиотека учебников. Раздел: реклама  | <a href="http://studentam.net/content/category/1/48/57/">http://studentam.net/content/category/1/48/57/</a> |
| Портал Всемирного банка. База данных включает более 900 показателей по 210 странам   | <a href="https://data.worldbank.org">https://data.worldbank.org</a>   |
| Крупнейший бесплатный архив электронных публикаций независимого института экономических исследований – Института по изучению труда | <a href="https://www.iza.org/publications/">https://www.iza.org/publications/</a>                           |

#### 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

|  |   |
|--|---|
| <b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся:</b><br>преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7 Ауд.311  |
| <b>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций,</b>  | 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46 корп.7. Ауд.311 |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся:</b></p> <p>преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Win rar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса</p> |  |
| <p><b>Библиотека, в том числе читальный зал:</b> столы, стулья, ПК обучающихся, программное обеспечение: Adobe flash player 31; Adobe reader 10; Java 6.0; K-Lite Codec Pack; Winrar; Microsoft Office 10; Microsoft Visio 10; Microsoft Visual studio; Kaspersky Endpoint Security для бизнеса; Консультант плюс</p>  | <p>362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16</p>                |
| <p><b>Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</b></p>  | <p>362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина 46. Корп. Ауд. 313</p> |

## 11. Лист обновления/актуализации

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры от «14» апреля 2022 г. № 5

Программа одобрена на заседании совета факультета от «20» апреля 2022 г., протокол № 8