


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Владимирович  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 26.04.2024 11:33:29  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель КСН  
 М.Л. Белоножко  
«28» 08 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Маркетинг-менеджмент  
направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность: Диджитал маркетинг  
форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8.06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Маркетинг-менеджмент».

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.И. Белоношко

**Рабочую программу разработал:**

Устинова О.В., к.с.н., доцент МиМУ



---

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся полного и всестороннего представления о специфических особенностях управленческой деятельности в организации; овладении практическими навыками эффективного маркетинга в условиях экономической самостоятельности организации.

**Основными задачами изучения курса являются:**

- рассмотрение законов, принципов и механизмов функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой;
- развитие навыков оценки степени влияния социальных, экономических и других факторов на функционирование и развитие организации;
- формирование практических навыков применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации;
- овладение маркетинговыми технологиями для принятия управленческих решений и оценки их эффективности.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг-менеджмент» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать: Теория и практика рекламы, Социология, Теория и практика массовой информации, Введение в профессиональную деятельность.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:**

- законов, принципов и механизмов функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой;
- современных технологий реализации управленческих процессов в организации;
- технологий маркетинга.

**Умения:**

- оценивать степень влияния социальных, экономических и других факторов на функционирование и развитие организации;
- применять современные технологии для реализации управленческих процессов в организации;
- применять маркетинговые технологии для принятия соответствующих управленческих решений и оценивать их эффективность.

**Владение:**

- навыками оценки степени влияния социальных, экономических и других факторов на функционирование и развитие организации;
- навыками применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации;
- навыками применения маркетинговых технологий для принятия управленческих решений и оценки их эффективности.

Содержание дисциплины «Теория и практика рекламы» служит основой для освоения дисциплин:– Рекламный менеджмент;– Конфликтология в рекламе и связях с общественностью; - Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью;– Коммуникации в информационном пространстве.

### 3. Результаты обучения по дисциплине

Таблица 3.1

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные нормативные документы, современные информационно-коммуникационные технологии	ПКС-1. 3.1.1. Знает методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах ПКС-1. 3.1.2. Знает правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок	ПКС-1. 3.1.1. Знает законы, принципы и механизмы функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой; ПКС-1. 3.1.2. правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок
	ПКС-1. У.1.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии	ПКС-1. У.1.1. Умеет применять современные технологии для реализации управленческих процессов в организации;
	ПКС-1. В.1.1. Владеет поиском и отбором организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах ПКС-1. В.1.2. Владеет методами организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ПКС-1. В.1.1. Владеет навыками применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации; ПКС-1. В.1.2. методами реализации организационных проектов
ПКС-3. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ПКС-3. 3.3.1. Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	ПКС-3. 3.3.1. ПКС-3. 3.3.2. Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность;
	ПКС-3. У.3.1. Умеет систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации ПКС-3. 3.У.2. Умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-3. У.3.1. Умеет систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; ПКС-3. 3.У.2. проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга

	<p>ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>ПКС-3. В.3.2. Владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>	<p>ПКС-3. В.3.1. Владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации;</p> <p>ПКС-3. В.3.2. навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2/3	34	18	-	29+27	Экзамен
заочная	2/3	8	6	-	85+9	Экзамен

#### 5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

**очная форма обучения (ОФО)**

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Определение системы основных управленческих функций. Субъекты и объекты организаторской деятельности. Самоорганизация и самоуправление.	4	2	-	3	9		Выступление с докладом (круглый стол)
2		Организационная культура. Формирование коммуникаций в организации.	5	2	-	3	10		Защита презентации Выступление с докладом (круглый стол)
3	2	Традиционные принципы организации. Модели организаций как объекты управления.	5	4	-	3	12		Деловая игра
4		Организационные структуры. Законы организации.	4	2	-	4	10		Дискуссия
5		Проектирование	4	2	-	4	10		Работа в малых

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		организационных систем.							группах
6	3	Международный маркетинг.	4	2	-	4	10		Защита презентации
7		Исследования рынка услуг: маркетинговая стратегия и политика цен. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия.	4	2	-	4	10		Дискуссия
8		Маркетинговые коммуникации. Связи с общественностью.	4	2	-	4	10		Защита презентации
9	Экзамен		-	-	-	27	27		Экзаменационные вопросы
Итого:			34	18	-	56	108		

### заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Определение системы основных управленческих функций. Субъекты и объекты организаторской деятельности. Самоорганизация и самоуправление.	1	1	-	12	14		Выступление с докладом (круглый стол)
2		Организационная культура. Формирование коммуникаций в организации.	1		-	4	5		Защита презентации Выступление с докладом (круглый стол)
3	2	Традиционные принципы организации. Модели организаций как объекты управления.	1	1	-	12	14		Деловая игра
4		Организационные структуры. Законы организации.	1	1	-	10	12		Дискуссия
5		Проектирование организационных систем.	1	1	-	13	15		Работа в малых группах
6	3	Международный маркетинг.	1		-	4	5		Защита презентации
7		Исследования рынка	1	1	-	16	18		Дискуссия

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		услуг: маркетинговая стратегия и политика цен. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия.							
8		Маркетинговые коммуникации. Связи с общественностью.	1	1	-	14	16		Защита презентации
9	Экзамен		-	-	-	9	9		Экзаменационные вопросы
Итого:			8	6	-	94	108		

### Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

### 5.2. Содержание дисциплины.

#### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

#### Раздел 1. Менеджмент организации.

Определение системы основных управленческих функций. Самоорганизация и самоуправление. Организационная культура. Формирование коммуникаций в организации.

#### Раздел 2. Организация как система.

Традиционные принципы организации. Модели организаций как объекты управления. Организационные структуры. Законы организации. Проектирование организационных систем.

#### Раздел 3. Маркетинг как инструмент развития организации.

Международный маркетинг. Исследования рынка услуг: маркетинговая стратегия и политика цен. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия. Маркетинговые коммуникации. Связи с общественностью.

#### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

#### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	1	-	Определение системы основных управленческих функций. Субъекты и объекты организаторской деятельности. Самоорганизация и самоуправление.
2		5	1	-	Организационная культура. Формирование коммуникаций в организации.
3	2	5	1	-	Традиционные принципы организации. Модели организаций как объекты управления.
4		4	1	-	Организационные структуры. Законы организации.
5		4	1	-	Проектирование организационных систем.
6	3	4	1	-	Международный маркетинг.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
7		4	1	-	Исследования рынка услуг: маркетинговая стратегия и политика цен. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия.
8		4	1	-	Маркетинговые коммуникации. Связи с общественностью.
Итого:		34	8	X	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	1	-	Определение системы основных управленческих функций. Субъекты и объекты организаторской деятельности. Самоорганизация и самоуправление.
2		2	-	-	Организационная культура. Формирование коммуникаций в организации.
3	2	4	1	-	Традиционные принципы организации. Модели организаций как объекты управления.
4		2	1	-	Организационные структуры. Законы организации.
5		2	1	-	Проектирование организационных систем.
6	3	2	-	-	Международный маркетинг.
7		2	1	-	Исследования рынка услуг: маркетинговая стратегия и политика цен. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия.
8		2	1	-	Маркетинговые коммуникации. Связи с общественностью.
Итого:		18	6	X	

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	
1	1	3	12	-	Определение системы основных управленческих функций. Субъекты и объекты организаторской деятельности. Самоорганизация и самоуправление.	Подготовка доклада
2		2	4	-	Организационная культура. Формирование коммуникаций	Подготовка презентации.



№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	
					в организации.	Подготовка доклада
3	2	4	12	-	Традиционные принципы организации. Модели организаций как объекты управления.	Подготовка и повторение материала к деловой игре
4		4	10	-	Организационные структуры. Законы организации.	Подготовка к дискуссии
5		4	13		Проектирование организационных систем.	Подготовка и повторение материала для работы в малых группах
6	3	4	4	-	Международный маркетинг.	Подготовка презентации
7		4	16	-	Исследования рынка услуг: маркетинговая стратегия и политика цен. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия.	Подготовка к дискуссии
8		4	14	-	Маркетинговые коммуникации. Связи с общественностью.	Подготовка презентации
9		27	9		Экзамен	Подготовка к экзамену
Итого:		56	94	X		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## 2. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## 3. Контрольные работы

### 7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

#### 7.2. Тематика контрольных работ

1. Анализ внешней среды как средство антикризисного управления (на примере предприятия).
2. Системные стратегии предупреждения кризисов организационного развития (на примере предприятия).
3. Инновационный потенциал предприятия и его значение для предотвращения кризисов (на примере предприятия).
4. Формирование инновационных структур как средство антикризисного управления (на примере предприятия).

5. Антикризисное управление персоналом организации (на примере предприятия).
6. Особенности корпоративной формы организации бизнеса (на примере предприятия).
7. Анализ возможностей развития предприятия (на примере предприятия).
8. Проектирование структуры управления предприятием (на примере ...).
9. Оценка эффективности технологии управления предприятием (на примере ...).
10. Разработка концепции организационной культуры предприятия.
11. Анализ использования технологий управления персоналом (на примере предприятия).
12. Человеческий фактор в управлении предприятием (на примере предприятия).
13. Управление организационным развитием (на примере предприятия).
14. Структура внешней среды организации и ее значение для проектирования организационного развития (на примере предприятия).
15. Управление персоналом в условиях организационного развития (на примере предприятия).
16. Проектирование изменений с помощью системной стратегии вмешательства (на примере предприятия).
17. Оптимизация организационных структур и оценка эффективности деятельности предприятия (на примере предприятия).
18. Оценка эффективности проектов организационных преобразований (на примере предприятия).
19. Диагностика в системе управления организационными трансформациями (на примере предприятия).
20. Использование методик организационного развития в управлении предприятием.
21. Методы формирования и развития организационной культуры (на примере предприятия).

## **8. Оценка результатов освоения дисциплины**

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
<b>1 текущая аттестация</b>		
1.1	Выступление с докладом (круглый стол)	10
1.2	Защита презентации	10
1.3	Выступление с докладом (круглый стол)	10
	<b>ИТОГО за первую текущую аттестацию</b>	<b>30</b>
<b>2 текущая аттестация</b>		
2.1	Деловая игра	15
2.2	Дискуссия	10
2.3	Работа в малых группах	15
	<b>ИТОГО за вторую текущую аттестацию</b>	<b>40</b>
<b>3 текущая аттестация</b>		
3.1	Защита презентации	10
3.2	Дискуссия	10

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
3.3	Защита презентации	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	30
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Выполнение контрольной работы	40
2	Участие в дискуссии	20
3	Подготовка презентации по теме	20
4	Выступление с докладом (круглый стол)	20
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;

Губкина;

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## 11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

## Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Маркетинг-менеджмент

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные нормативные документы, современные информационно-коммуникационные технологии	Знать: законы, принципы и механизмы функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренней трудовой распорядок <i>(3.1.1)(3.1.2)(3.1.3)</i>	Не владеет знанием законов, принципы и механизмов функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой; корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность; правил охраны труда, пожарной безопасности, внутреннего трудового распорядка	Демонстрирует отдельные знания законов, принципы и механизмов функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой; корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность; правил охраны труда, пожарной безопасности, внутреннего трудового распорядка	Демонстрирует достаточные знания законов, принципы и механизмов функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой; корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность; правил охраны труда, пожарной безопасности, внутреннего трудового распорядка	Демонстрирует исчерпывающие знания законов, принципы и механизмов функционирования организации как целостной системы, взаимодействующей с окружающей внешней средой; корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность; правил охраны труда, пожарной безопасности, внутреннего трудового распорядка

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>Уметь: применять современные технологии для реализации управленческих процессов в организации; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; применять маркетинговых технологии для принятия управленческих решений и оценивать их эффективность (У.1.1)(У.1.2)(У.1.3)</p>	<p>Не умеет применять современные технологии для реализации управленческих процессов в организации; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; применять маркетинговых технологии для принятия управленческих решений и оценивать их эффективность</p>	<p>Умеет применять современные технологии для реализации управленческих процессов в организации; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; применять маркетинговых технологии для принятия управленческих решений и оценивать их эффективность, допуская значительные ошибки</p>	<p>Умеет применять современные технологии для реализации управленческих процессов в организации; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; применять маркетинговых технологии для принятия управленческих решений и оценивать их эффективность, допуская незначительные неточности</p>	<p>В совершенстве умеет применять современные технологии для реализации управленческих процессов в организации; выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями; применять маркетинговых технологии для принятия управленческих решений и оценивать их эффективность</p>
	<p>Владеть: навыками применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации; навыками применения маркетинговых технологий для принятия управленческих решений и оценки их эффективности; методами реализации организационных проектов (В.1.1) (В.1.2)(В.1.3)</p>	<p>Не владеет навыками применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации; навыками применения маркетинговых технологий для принятия управленческих решений и оценки их эффективности; методами реализации организационных проектов</p>	<p>Владеет навыками применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации; навыками применения маркетинговых технологий для принятия управленческих решений и оценки их эффективности; методами реализации организационных проектов, допуская ряд ошибок</p>	<p>Хорошо владеет навыками применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации; навыками применения маркетинговых технологий для принятия управленческих решений и оценки их эффективности; методами реализации организационных проектов, допуская незначительные ошибки</p>	<p>В совершенстве владеет навыками применения современных технологий для реализации управленческих процессов в организации; навыками применения маркетинговых технологий для принятия управленческих решений и оценки их эффективности; методами реализации организационных проектов</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-3. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	Знать: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования (3.3.1)(3.3.2)	Не владеет знанием нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность; методов проведения маркетингового исследования	Демонстрирует отдельные знания нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность; методов проведения маркетингового исследования	Демонстрирует достаточные знания нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность; методов проведения маркетингового исследования	Демонстрирует исчерпывающие знания нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность; методов проведения маркетингового исследования
	Уметь: систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга (У.3.1)(У.3.2)	Не умеет систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	Умеет систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга, допуская значительные ошибки	Умеет систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
	Владеть: навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации (В.3.1) (В.3.2)	Не владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации, допуская ряд ошибок	Хорошо владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыками планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

## КАРТА

### обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Маркетинг-менеджмент

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	<a href="https://e.lanbook.com/book/93523">Цахаев Р.К.</a> , Маркетинг: учеб. / Р.К. Цахаев, Т.В. Мургузалиева. Москва: Дашков и К, 2017. 549 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/93523">https://e.lanbook.com/book/93523</a>	ЭР	25	100	+
2	<b>Короткова, Татьяна Леонидовна.</b> <i>Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 242 с. - (Высшее образование). - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/453234">https://urait.ru/bcode/453234</a>.</i>	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.И. Белоножки

Директор БИК \_\_\_\_\_

  
Д.Х. Каюкова