

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
к.э.н., доцент Измestьев А.А

17.06.2019г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.ДВ.3. Маркетинговое управление малым бизнесом

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль): Экономика предприятия, предпринимательство и
отраслевые технологии бизнеса
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	3	3
Семестр	31-32	31-32
Лекции (час)	32	8
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	64	16
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	120	192
Курсовая работа (час)		
Всего часов	216	216
Зачет (семестр)	31	31
Экзамен (семестр)	32	32

Иркутск 2019

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.01 Экономика.

Автор Д.Д. Корнилова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности

Заведующий кафедрой А.Ф. Шуплецов

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2020

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению новых потребностей, разработке инновационных стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в инновационной сфере.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-2	способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК-4	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность
ПК-1	способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	З. Знать методы сбора, анализа и обработки данных в сфере профессиональной деятельности У. Уметь осуществлять поиск, сбор, анализ, классификацию, систематизацию данных в сфере профессиональной деятельности Н. Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	З. Знать основы маркетинга для принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, последствия принятия решений У. Уметь оценивать последствия принятия и исполнения организационно-управленческих решений в области маркетинга и нести за них ответственность Н. Владеть навыками нахождения организационно-управленческих решений в области маркетинга
ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	З. Знать основные методы сбора и анализа данных, необходимых для проведения расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов У. Уметь собирать и анализировать данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей Н. Владеть навыками поиска, сбора, классификации, систематизации, анализа, обобщения данных,

необходимых для расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Дисциплина по выбору.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зач. ед., 216 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	32	8
Практические (сем, лаб.) занятия	64	16
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	120	192
Всего часов	216	216

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии страны	31	2	2	16		Творческое задание
2	Функции маркетинга	31	2	2	16		Кейс
3	Анализ внешнего окружения	31		2	24		Доклад
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	31		2	20		Кейс
5	Товарная политика	31-32		2	20		Коллоквиум
6	Ценовая политика	32	2	2	36		Кейс
7	Коммуникационная политика	32	2	2	36		Кейс
8	Современные методы маркетингового исследования	32		2	24		Контрольная работа. Коллоквиум
	ИТОГО		8	16	192		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии страны	31	4	8	14		Творческое задание
2	Функции маркетинга	31	4	8	14		Кейс
3	Анализ внешнего окружения	31	4	8	14		Доклад
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	31	4	8	14		Кейс
5	Товарная политика	31-32	4	8	16		Коллоквиум
6	Ценовая политика	32	4	8	16		Кейс
7	Коммуникационная политика	32	4	8	16		Кейс
8	Современные методы маркетингового исследования	32	4	8	16		Контрольная работа. Коллоквиум
	ИТОГО		32	64	120		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии страны	Сущность и значение малого бизнеса в развитии экономики, факторы развития малого бизнеса
2	Функции маркетинга	Маркетинг, понятие. Концепции маркетинга Этапы развития маркетинга
3	Анализ внешнего окружения	Методы проведения маркетинговых исследований. Метод анкетирования. Фокус группы
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	Целеполагание в маркетинге. Виды маркетинговой стратегии. Этапы маркетинговой стратегии
5	Товарная политика	Понятие товар, виды товара. Товарный знак. Знак обслуживания. Регистрация товарного знака. Бренд. Оценка стоимости бренда.
6	Ценовая политика	Виды цен. Методы ценообразования.
7	Коммуникационная политика	Реклама в маркетинговых коммуникациях. PR в маркетинговых коммуникациях.
8	Современные методы маркетингового	Цифровые технологии в маркетинговых исследованиях. Интернет - маркетинг.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	исследования	

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Роль инноваций в социально-экономическом развитии. Занятие 1-8. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 7. Проводится в форме решения кейс-задания
2	Функции маркетинга инноваций. Занятие 8-15 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 14 Проводится в форме коллоквиума
6	Источники возникновения инноваций. Занятие 16-20 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии, выступление с докладами.
4	Основные этапы инновационного процесса. Занятие 21-27 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии.. Занятие 28. Проводится в форме решения кейс-задания
5	Инновационная инфраструктура рынка. Занятие 28-35 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 35 Проводится в форме коллоквиума
3	Анализ внешнего окружения. Занятие 36-41 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 42. Проводится в форме решения кейс-задания
7	Оценка конкурентоспособности нового товара. Занятие 43-48 Проводится в форме практического занятия, предполагает решение и анализ задач, разбор ситуаций. Занятие 49. Проводится в форме решения кейс-задания
8	Методы оценки эффективности инновационного проекта. Занятие 56-64 Проводится в форме практического занятия, предполагает решение и анализ задач, разбор ситуаций. Занятие 56 Контрольная работа

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии страны	ОПК-2	З.Знать методы сбора, анализа и обработки данных в сфере профессиональной деятельности У.Уметь осуществлять поиск, сбор, анализ, классификацию, систематизацию данных в сфере профессиональной деятельности Н.Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач	Творческое задание	задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)
2	2. Функции маркетинга	ОПК-4	З.Знать основы маркетинга для принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, последствия принятия решений У.Уметь оценивать последствия принятия и исполнения организационно-управленческих решений в области маркетинга и нести за них ответственность Н.Владеть навыками нахождения организационно-управленческих решений в области маркетинга	Кейс	В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)
3	3. Анализ внешнего окружения	ОПК-2	З.Знать методы сбора, анализа и обработки данных в сфере профессиональной деятельности У.Уметь осуществлять поиск, сбор, анализ, классификацию, систематизацию	Доклад	Публичное выступление оценивается в 10 баллов (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			данных в сфере профессиональной деятельности Н. Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач		
4	4. Основные этапы маркетинговой стратегии	ОПК-4	З. Знать основы маркетинга для принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, последствия принятия решений У. Уметь оценивать последствия принятия и исполнения организационно-управленческих решений в области маркетинга и нести за них ответственность Н. Владеть навыками нахождения организационно-управленческих решений в области маркетинга	Кейс	Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)
5	5. Товарная политика	ПК-1	З. Знать основные методы сбора и анализа данных, необходимых для проведения расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов У. Уметь собирать и анализировать данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей	Коллоквиум	В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			Н. Владеть навыками поиска, сбора, классификации, систематизации, анализа, обобщения данных, необходимых для расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов		
				Итого	100
6	6. Ценовая политика	ПК-1	З. Знать основные методы сбора и анализа данных, необходимых для проведения расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов У. Уметь собирать и анализировать данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей Н. Владеть навыками поиска, сбора, классификации, систематизации, анализа, обобщения данных, необходимых для расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Кейс	Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)
7	7. Коммуникационная политика	ОПК-4	З. Знать основы маркетинга для принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, последствия принятия	Кейс	Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			решений У. Уметь оценивать последствия принятия и исполнения организационно-управленческих решений в области маркетинга и нести за них ответственность Н. Владеть навыками нахождения организационно-управленческих решений в области маркетинга		
8	8. Современные методы маркетингового исследования	ОПК-2	З. Знать методы сбора, анализа и обработки данных в сфере профессиональной деятельности У. Уметь осуществлять поиск, сбор, анализ, классификацию, систематизацию данных в сфере профессиональной деятельности Н. Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач	Коллоквиум	В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (30)
9		ПК-1	З. Знать основные методы сбора и анализа данных, необходимых для проведения расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов У. Уметь собирать и анализировать данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей	Контрольная работа	В контрольной работе предлагается задача и вопрос. Решение задачи оценивается в 10 баллов, правильный полный ответ оценивается также в 10 баллов. (20) (30)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			Н. Владеть навыками поиска, сбора, классификации, систематизации, анализа, обобщения данных, необходимых для расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов		
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 31.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается в 4 балла.

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Знание: Знать методы сбора, анализа и обработки данных в сфере профессиональной деятельности

1. Концепции маркетинга
2. Маркетинг, основные понятия
3. Сущность и значение малого бизнеса в развитии экономики, факторы развития малого бизнеса
4. Этапы развития маркетинга

Компетенция: ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Знание: Знать основы маркетинга для принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, последствия принятия решений

5. Метод анкетирования.
6. Методы проведения маркетинговых исследований.
7. Фокус группы

Компетенция: ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Знание: Знать основные методы сбора и анализа данных, необходимых для проведения расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

8. Виды маркетинговой стратегии.
9. Целеполагание в маркетинге.
10. Этапы маркетинговой стратегии

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: методика верная -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;

Компетенция: ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Умение: Уметь оценивать последствия принятия и исполнения организационно-управленческих решений в области маркетинга и нести за них ответственность

Задача № 1. Предложить эффективные организационно-управленческие решения ситуации, представленной в кейсе (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Умение: Уметь собирать и анализировать данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей

Задача № 2. Описать процесс разработки маркетинговой стратегии компании в соответствии с выбранным вариантом

Задача № 3. Рассчитать емкость рынка для товара/услуги (в соответствии с выбранным вариантом)

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: расчеты верные -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Навык: Владеть навыками нахождения организационно-управленческих решений в области маркетинга

Задание № 1. Рассмотреть структуру анкеты для потребителя товара (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Навык: Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач

Задание № 2. Рассмотреть на примере кейса современные модели рекламы (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Навык: Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач

Задание № 3. Провести SWOT- анализ для компании (в соответствии с выбранным вариантом)

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.03.01 Экономика
Профиль - Экономика предприятия,
предпринимательство и отраслевые
технологии бизнеса
Кафедра экономики предприятий и
предпринимательской деятельности
Дисциплина - Маркетинговое управление
малым бизнесом

БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Описать процесс разработки маркетинговой стратегии компании в соответствии с выбранным вариантом (30 баллов).
3. Рассмотреть структуру анкеты для потребителя товара (в соответствии с выбранным вариантом) (30 баллов).

Составитель _____ Д.Д. Корнилова

Заведующий кафедрой _____ А.Ф. Шуплецов

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 32.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается в 4 балла.

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Знание: Знать методы сбора, анализа и обработки данных в сфере профессиональной деятельности

1. Бренд компании.
2. Понятие товар, виды товара.
3. Регистрация товарного знака.
4. Товарный знак. Знак обслуживания.

Компетенция: ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Знание: Знать основы маркетинга для принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности, последствия принятия решений

5. Виды цен.
6. Методы ценообразования.
7. Оценка стоимости бренда.

Компетенция: ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

- Знание: Знать основные методы сбора и анализа данных, необходимых для проведения расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
8. PR в маркетинговых коммуникациях.
 9. Реклама в маркетинговых коммуникациях.
 10. Цифровые технологии в маркетинговых исследованиях.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: методика верная -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;.

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Умение: Уметь оценивать последствия принятия и исполнения организационно-управленческих решений в области маркетинга и нести за них ответственность

Задача № 1. Описать процесс разработки маркетинговой стратегии компании в соответствии с выбранным вариантом

Компетенция: ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Умение: Уметь осуществлять поиск, сбор, анализ, классификацию, систематизацию данных в сфере профессиональной деятельности

Задача № 2. Предложить эффективные организационно-управленческие решения для ситуации, описанной в кейсе

Компетенция: ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Умение: Уметь собирать и анализировать данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей

Задача № 3. Провести анализ на основе исходных данных (в соответствии с вариантом)

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: расчеты верные -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;.

Компетенция: ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Навык: Владеть навыками поиска, сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения профессиональных задач

Задание № 1. Рассмотреть основные инструменты и мероприятия интернет-маркетинга для компании (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ОПК-4 способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Навык: Владеть навыками нахождения организационно-управленческих решений в области маркетинга

Задание № 2. Найти эффективное организационно-управленческое решение (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Навык: Владеть навыками поиска, сбора, классификации, систематизации, анализа, обобщения данных, необходимых для расчета показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Задание № 3. Решить задачу (в соответствии с выбранным вариантом)

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 38.03.01 Экономика
Профиль - Экономика предприятия,
предпринимательство и отраслевые
технологии бизнеса
Кафедра экономики предприятий и
предпринимательской деятельности
Дисциплина - Маркетинговое управление
малым бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Описать процесс разработки маркетинговой стратегии компании в соответствии с выбранным вариантом (30 баллов).
3. Решить задачу (в соответствии с выбранным вариантом) (30 баллов).

Составитель _____ Д.Д. Корнилова

Заведующий кафедрой _____ А.Ф. Шуплецов

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Dibb S., Bradley, Simkin L. The Marketing Planning Workbook. Effertive Marketing Managers/ Dibb S., Simkin L., Brfdley J.- New York: Routiedge, б. г..-219 с.
2. Тарасевич В. М. Основы маркетинга : Программа по курсу/ Сост. Тарасевич В. М.- СПб.: Экономическая школа, Б. г..-42 с.
3. [Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71588.html>](http://www.iprbookshop.ru/71588.html)
4. [Дианова В.А. Маркетинговые исследования \[Электронный ресурс\] : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Менеджмент» / В.А. Дианова, А.А. Романов. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 114 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76919.html>](http://www.iprbookshop.ru/76919.html)

б) дополнительная литература:

1. Федотов А. Н., Калашникова Н. П. Формирование маркетинговой стратегии стимулирования и продвижения товара на рынок. Электронный ресурс/ А. Н. Федотов, Н.

П. Калашникова// Монография (однотомник), Логистика в условиях экономической турбулентности, материалы междунар. науч.-практ. конф., Иркутск, 31 мая 2017 г., С. 169-173, Иркутск, 2017

2. Герасименко В. В., Голованова Е. В. Цифровые инструменты конкурентного анализа: как измерить знание и интерес к бренду в сети. Электронный ресурс/ В. В. Герасименко, Е. В. Голованова// Номер журнала, № 4, С. 39-47, 2018

3. [Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации \[Электронный ресурс\] : практикум / В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич, Е.Н. Скляр. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 194 с. — 978-5-394-01090-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60444.html>](http://www.iprbookshop.ru/60444.html)

4. [Байбардина Т.Н. Психология рекламы. Практикум \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Т.Н. Байбардина, В.Л. Кузьменко, О.А. Бурцева. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2014. — 192 с. — 978-985-06-2460-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35534.html>](http://www.iprbookshop.ru/35534.html)

5. [Миронова Д.Ю. Современные тенденции развития науки и техники и маркетинг инноваций \[Электронный ресурс\] / Д.Ю. Миронова. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Университет ИТМО, 2015. — 85 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68132.html>](http://www.iprbookshop.ru/68132.html)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <http://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области коммуникаций и оценке инвестиционных проектов .

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);

- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

- написание рефератов, докладов;

- подготовка к семинарам и лабораторным работам;

- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

– Adobe Acrobat Reader_11,

– MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

– Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,

– Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения