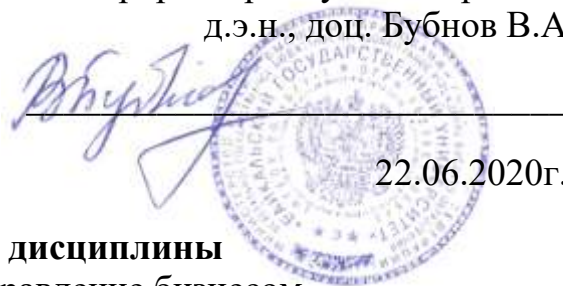


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.В.6. Маркетинговое управление бизнесом**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность (профиль): Экономика предприятия и предпринимательская  
деятельность  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	3	3
Семестр	31-32	31-32
Лекции (час)	64	6
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	64	16
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	124	230
Курсовая работа (час)		
Всего часов	252	252
Зачет (семестр)	31	31
Экзамен (семестр)	32	32

Иркутск 2020

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: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

## 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): Вариативная часть.

### 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 7 зач. ед., 252 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	64	6
Практические (сем, лаб.) занятия	64	16
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	124	230
Всего часов	252	252

### 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	1	2	20		Творческое задание
2	Функции маркетинга	31	1	2	20		Кейс
3	Анализ внешнего окружения	31		2	20		Доклад
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	31			20		Кейс
5	Товарная политика	31			20		Коллоквиум
6	Ценовая политика	32	2	3	40		Кейс
7	Коммуникационная политика	32	2	3	40		Кейс
8	Современные методы маркетингового исследования	32		4	50		Контрольная работа. Коллоквиум
	ИТОГО		6	16	230		

### 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	6	8	10		Творческое задание
2	Функции маркетинга	31	6	8	10		Кейс
3	Анализ внешнего окружения	31	6	8	10		Доклад
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	31	6	8	10		Кейс
5	Товарная политика	31-32	4	8	12		Коллоквиум
6	Ценовая политика	32	12	8	25		Кейс
7	Коммуникационная политика	32	12	8	25		Кейс
8	Современные методы маркетингового исследования	32	12	8	22		Контрольная работа. Коллоквиум
	ИТОГО		64	64	124		

#### 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		
				<b>Итого</b>	<b>100</b>
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		
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 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 и  
предпринимательская деятельность  
Кафедра экономики предприятий и  
предпринимательской деятельности  
Дисциплина - Маркетинговое управление  
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 и  
предпринимательская деятельность  
Кафедра экономики предприятий и  
предпринимательской деятельности  
Дисциплина - Маркетинговое управление  
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. Татаринов К.А. Маркетинговое управление розничными сетями.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2019.- 193 с.
4. [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>](#)
5. [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>](#)

##### 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: <https://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