

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д.юр.н., доц. Васильева Н.В.



30.06.2022г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.У.5. Маркетинговое управление бизнесом

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

Курс	3
Семестр	31-32
Лекции (час)	46
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	64
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	178
Курсовая работа (час)	
Всего часов	288
Зачет (семестр)	31
Экзамен (семестр)	32

Иркутск 2022

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: 30.06.2023

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
ПК-1	Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи
ПК-4	Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи	З. Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У. Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности
ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию	З. Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

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 8 зач. ед., 288 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	46
Практические (сем, лаб.) занятия	64
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	178
Всего часов	288

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

№ 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	10		Творческое задание
2	Функции маркетинга	31	4	4	10		Кейс
3	Анализ внешнего окружения	31	4	4	20		Доклад
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	31	6	6	16		Кейс
5	Товарная политика	31	6	6	16		Коллоквиум
6	Ценовая политика	31	6	6	16		Кейс
7	Коммуникационная политика	32	8	18	40		Кейс
8	Современные методы маркетингового исследования	32	10	18	50		Коллоквиум. Контрольная работа
	ИТОГО		46	64	178		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Роль малого бизнеса в социально-	Сущность и значение малого бизнеса в развитии экономики, факторы развития малого бизнеса

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	экономическом развитии страны	
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 исследования	Цифровые технологии в маркетинговых исследованиях. Интернет - маркетинг.

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 8-13 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 14 Проводится в форме коллоквиума
6	Источники возникновения инноваций. Занятие 15-21 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии, выступление с докладами.
4	Основные этапы инновационного процесса. Занятие 22-27 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 29-34 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

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	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)
1	1. Роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии страны	ПК-1	З.Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У. Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в	Творческое задание	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)
			предпринимательской деятельности		
2	2. Функции маркетинга	ПК-4	<p>З.Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения</p> <p>У.Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности</p> <p>Н.Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения</p>	Кейс	<p>В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)</p>
3	3. Анализ внешнего окружения	ПК-1	<p>З.Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности</p> <p>У.Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные</p>	Доклад	<p>Публичное выступление оценивается в 10 баллов (20)</p>

№ 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)
			возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности		
4	4. Основные этапы маркетинговой стратегии	ПК-4	З. Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их	Кейс	Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (10)

№ 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)
			исполнения		
5	5. Товарная политика	ПК-1	З.Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У.Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н.Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности	Коллоквиум	В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)
6	6. Ценовая политика	ПК-4	З.Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения	Кейс	Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (10)

№ 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)
			У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения		
				Итого	100
7	7. Коммуникационная политика	ПК-4	З. Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их	Кейс	Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (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)
			исполнения		
8	8. Современные методы маркетингового исследования	ПК-1	З.Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У.Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н.Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности	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 алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У.Уметь проводить маркетинговое	Контрольная работа	В контрольной работе предлагается задача и вопрос. Решение задачи оценивается в 10 баллов, правильный полный ответ оценивается также в 10 баллов. (20) (40)

№ 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)
			исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности		
				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: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи

Знание: Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

1. Виды маркетинговой стратегии.
2. Маркетинг, основные понятия
3. Метод анкетирования.
4. Методы проведения маркетинговых исследований.
5. Фокус группы
6. Этапы развития маркетинга

Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

Знание: Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

7. Концепции маркетинга

8. Сущность и значение малого бизнеса в развитии экономики, факторы развития малого бизнеса

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: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи

Умение: Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

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

Задача № 2. Рассчитать емкость рынка для товара/услуги (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

Умение: Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности

Задача № 3. Описать процесс разработки маркетинговой стратегии компании 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: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи

Навык: Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности

Задание № 1. Провести SWOT- анализ для компании (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении

предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

Навык: Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

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

Задание № 3. Рассмотреть структуру анкеты для потребителя товара (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. Рассчитать емкость рынка для товара/услуги (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: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи

Знание: Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

1. PR в маркетинговых коммуникациях.
2. Бренд компании.
3. Реклама в маркетинговых коммуникациях.
4. Товарный знак. Знак обслуживания.
5. Цифровые технологии в маркетинговых исследованиях.

Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении

предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

Знание: Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

6. Виды цен.

7. Методы ценообразования.

8. Оценка стоимости бренда.

9. Регистрация товарного знака.

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: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи

Умение: Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

Задача № 1. Предложить эффективные организационно-управленческие решения для ситуации, описанной в кейсе

Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

Умение: Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности

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

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: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи

Навык: Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности

Задание № 1. Найти эффективное организационно-управленческое решение (в соответствии с выбранным вариантом)

Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

Навык: Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

- Задание № 2. Рассмотреть основные инструменты и мероприятия интернет-маркетинга для компании (в соответствии с выбранным вариантом)
- 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. Предложить эффективные организационно-управленческие решения для ситуации, описанной в кейсе (30 баллов).
3. Найти эффективное организационно-управленческое решение (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. Маркетинговый аспект бизнес-планирования/ А. Н. Федотов// Монография (однотомник), Проблемы развития рынков товаров,услуг и ценных бумаг в современных условиях, сб. науч. тр., С. 76-83, Иркутск, 1996

2. Татаринов К. А. Особенности интернет-маркетинга на B2B-рынках/ К. А. Татаринов// Номер журнала, Т. 28, № 3, С. 517-528, 2018, 2-201 Читальный зал центральный
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>](#)
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>](#)
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>](#)

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