

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
 Должность: и.о. ректора
 Дата подписания: 27.03.2022
 Уникальный программный ключ:
 4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

Аннотация рабочей программы дисциплины Управление маркетинговой деятельностью

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки
 27.03.03 Системный анализ и управление

**направленность (профиль): Управление экономикой предприятий
 топливно-энергетического комплекса**

1. Цели изучения дисциплины - формирование знаний о маркетинге новых продуктов и технологий как системе управления изменениями в организации, а также умений использовать маркетинговые подходы, методов и решений для активизации инновационной деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Результаты освоения дисциплины: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-5 Способен управлять информацией из различных источников	ПКС-5.1. Идентифицирует методы сбора и обработки информации	ПКС-5.1.3.1 Знает особенности получения вторичных данных для маркетингового исследования из открытых источников, форм статистической, бухгалтерской и корпоративной отчетности; ПКС-5.1.У.1. Умеет проводить сравнительный анализ методов сбора первичной и вторичной информации для маркетингового исследования; ПКС-5.1.В.1. Владеет навыками анализа маркетинговой информации;
	ПКС-5.2. Применяет методики поиска, сбора и обработки информации	ПКС-5.2.3.1 Знает основные методы проведения маркетинговых исследований: наблюдение, фокус-группы, опросы, данные о поведении покупателей, эксперименты. ПКС-5.2.У.1. Умеет выбирать методы сбора информации и инструменты анализа исходя из целей и задач маркетинговых исследований. ПКС-5.2.В.1. Владеет навыками анализа выбора методов сбора информации и инструментов анализа кабинетного маркетингового исследования.
	ПКС-5.3. Осуществляет анализ и синтез информации, полученной из различных источников	ПКС-5.3.3.1 Знает виды и инструменты маркетинговых исследований, ПКС-5.3.У.1. Умеет собирать вторичные данные для проведения кабинетного маркетингового исследования; ПКС-5.3.В.1. Владеет навыками изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка
ПКС-6 Способен к	ПКС-6.1	ПКС-6.1.3.1. Знает маркетинговый подход к изучению организационных изменений. Стратегический аспект

Сертификат: 6FA44C50384686A8E7BD5E277C01230
 Владелец: Ефремова Вероника Васильевна
 Действителен: с 14.06.2022 до 07.09.2023

анализу и определению порядка управления изменениями	Применяет основы управления изменения в организации	маркетинговой деятельности: основные этапы разработки маркетинговой стратегии, особенности отдельных стратегий маркетинга. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Процесс управления маркетингом. Виды организационных структур в маркетинге.. Маркетинговая среда организации. ПКС-6.1У.1 Умеет применять модели анализа конкурентных преимуществ М. Портера, развития товара и рынка Ансоффа, базовые стратегии маркетинга в системе управления организационными изменениями. ПКС-6.1.В.1 Владеет методами изучения особенностей микро-внешней и макро- внешней среды маркетинга как важного аспекта планирования организационных изменений
	ПКС-6.2. Разрабатывает порядок управления изменениями	ПКС-6.2.3.1 Знает особенности продукто-ориентированных и клиенто-ориентированных концепций организации и управления в маркетинговой деятельности. ПКС-6.2.У.1 Умеет разрабатывать инструменты для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов ПКС-6.2.В.1 Владеет навыками оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах, улучшения процессов сбыта и последующего анализа результатов
	ПКС-6.3. Использует современные инструменты и методы управления изменениями организации	ПКС-6.3.3.1 Знает системы управления взаимоотношениями с клиентами ПКС-6.3.У.1 Умеет разрабатывать инструментарий для достижения рыночных целей предприятия ПКС-6.3.В.1 Владеет навыками анализа систем сбыта предприятия и формирования программ улучшений маркетинговых процессов

4.Общая трудоемкость дисциплины (модуля)

составляет 3 зачетные единицы, 108 часа

5.Форма промежуточной аттестации

заочная форма обучения: зачет, 8 семестр

Заведующий кафедрой МТЭК

В.В. Пленкина