

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 27.03.2024
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a25578d7400d1

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 маркетинговый подход, методов и решений для активизации инновационной деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

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

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

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения 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	Знать: особенности получения вторичных данных для маркетингового исследования из открытых источников, форм статистической, бухгалтерской и корпоративной отчетности;(31) Уметь: проводить сравнительный анализ методов сбора первичной и вторичной информации для маркетингового исследования;(У1) Владеть: навыками анализа маркетинговой информации;(В1)
	ПКС-5.2. Применяет методики поиска, сбора и обработки информации	Знать: основные методы проведения маркетинговых исследований: наблюдение, фокус-группы, опросы, данные о поведении покупателей, эксперименты;(32) Уметь: выбирать методы сбора информации и инструменты анализа исходя из целей и задач маркетинговых исследований;(У2) Владеть: навыками анализа выбора методов сбора информации и инструментов анализа кабинетного маркетингового исследования;(В2)
	ПКС-5.3. Осуществляет анализ и синтез информации, полученной из разных источников	Знать: виды и инструменты маркетинговых исследований;(33) Уметь: собирать вторичные данные для проведения кабинетного маркетингового исследования; анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (У3) Владеть: навыками изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка;(В3)
ПКС-6 Способен к анализу и определению порядка управления изменениями	ПКС-6.1. Применяет основы управления изменениями в организации	Знать: маркетинговый подход к изучению организационных изменений. Стратегический аспект 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;(34)

Сертификат: 008E624DF98BC2E90078B97FC72BE94C3F
Владелец: Ефремова Вероника Васильевна
Действителен: с 11.08.2023 до 03.11.2024

		Уметь применять модели анализа конкурентных преимуществ М. Портера, развития товара и рынка Ансоффа, базовые стратегии маркетинга в системе управления организационными изменениями;(У4) Владеть: методами изучения особенностей микро- внешней и макро- внешней среды маркетинга как важного аспекта планирования организационных изменений;(В4)
	ПКС-6.2. Разрабатывает порядок управления изменениями	Знать: особенности продукто- и клиенто- ориентированных концепций организации и управления маркетинговой деятельностью;(З5) Умеет разрабатывать инструменты для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов;(У6) Владеть: навыками оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах, улучшения процессов сбыта и последующего анализа результатов;(В5)
	ПКС-6.3. Использует современные инструменты и методы управления изменениями организации	Знать: системы управления взаимоотношениями с клиентами;(З6) Уметь: разрабатывать инструментарий для достижения рыночных целей предприятия;(У6) Владеть: навыками анализа систем сбыта предприятия и формирования программ улучшений маркетинговых процессов;(В6)

4.Общая трудоемкость дисциплины (модуля)

составляет 3 зачетные единицы, 108 часа

5.Форма промежуточной аттестации

очная форма обучения: экзамен, 6 семестр.

заочная форма обучения: экзамен, 8 семестр;

Лист согласования

Внутренний документ "Управление маркетинговой деятельностью_2023_27.03.03_УЭПб"

Документ подготовил: Малютина Татьяна Валентиновна

Документ подписал:

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат	Дата	Комментарий
11 82 9B D8 B6 CE 0F 04	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Пленкина Вера Владимировна		Согласовано		
09 07 DF B5 51 36 14 E9	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано		