

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.05.2024 14:35:36
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТРИКИ (ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЕКТОВ)

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)» входит в программу магистратуры «Международный маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 7 разделов и 15 тем и направлена на изучение основных показателей деятельности компании на рынке, по которым производится анализ и планирование деятельности.

Целью освоения дисциплины является Целью освоения дисциплины «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)» является развитие у студентов навыков оценки внутренней и внешней среды деятельности предприятия, определение эффективности маркетинговых проектов; формирование системы показателей всесторонней оценки бизнеса.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения;
УК-7	Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.	УК-7.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-7.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2 .1 Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управленческих задач; ОПК-2 .2 Проводит анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации; ОПК-2 .3 Использует современные цифровые системы и методы при решении управленческих и исследовательских задач;
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для	ОПК-6.1 Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач; ОПК-6.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	их источники и релевантность; ОПК-6.3 Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач;
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПКО-1.1 Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований; ПКО-1.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ПКО-1.3 Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований; ПКО-1.4 Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-7	Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.		<i>Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях**;</i> <i>Инновационное предпринимательство**;</i> <i>Техника ведения переговоров**;</i> Научно-исследовательская работа;
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки		<i>Digital marketing;</i> <i>Инновационное предпринимательство**;</i> Научно-исследовательская работа;
ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные		<i>Маркетинговый аудит;</i> <i>Современный стратегический анализ;</i> <i>Финансы организаций;</i> Научно-исследовательская работа; <i>Преддипломная практика;</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач		
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность		<i>Digital marketing;</i> <i>Научно-исследовательская работа;</i> <i>Преддипломная практика;</i>
ПКО-1	Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям		<i>Анализ финансовой отчетности**;</i> <i>Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу;</i> <i>Индивидуальный проект по маркетинговому планированию;</i> <i>Научно-исследовательская работа;</i>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	36		36
Лекции (ЛК)	18		18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	81		81
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27		27
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Маркетинговая информационная система. Принципы построения и наполнение.	1.1	Маркетинговая информационная система, как база оценки эффективности деятельности. Целевое назначение МИС. Определение потребности в информации. Показатели макро, мезо и микро среды	ЛК, СЗ
		1.2	Виды информации и ее измерение. Разработка качественных и количественных показателей. Интегральные, комплексные и единичные показатели	ЛК, СЗ
Раздел 2	Показатели, характеризующие финансово – экономическое положение	2.1	Финансовые показатели, как основа оценки предпринимательской деятельности. Источники информации: бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках.	ЛК, СЗ
		2.2	Показатели рентабельности, оборачиваемости, ликвидности и устойчивости. Финансовый рычаг. «Взаимосвязь финансовых показателей и маркетинговой деятельности фирмы.»	ЛК, СЗ
Раздел 3	Показатели, характеризующие товарное производство	3.1	Показатели внутренней среды: подготовки производства, технологические, организационные, сбытовые. Показатели оценки кадров (рынок услуг и маркетинга взаимоотношений).	ЛК, СЗ
		3.2	Показатели внешней среды: оценка бренда, потребительских качеств, уровня цены и общего конкурентного положения товарного предложения.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Показатели системы распределения.	4.1	Состав показателей сбытовой деятельности и их источники. Оценка числового и взвешенного распределения. Индекс интенсивности распределения.	ЛК, СЗ
		4.2	Стратегии селективного, интенсивного и эксклюзивного распределения: анализ эффективности применения. Метрики цифрового распределения. Оценка on-line продаж	ЛК, СЗ
Раздел 5	Показатели и оценка коммуникации с клиентом.	5.1	Оценка эффективности рекламы. Методы оценки: кабинетные и полевые эксперименты. Оценка коэффициента охвата рекламным средством, сообщением.	ЛК, СЗ
		5.2	Метрики цифрового маркетинга. WEB-показатели. Оценка эффективности on-line продвижения .	ЛК, СЗ
Раздел 6	Рыночные показатели (внешней) деятельности предприятия	6.1	Оценка потребительских мнений, предпочтений: приверженность, лояльность, коэффициенты проникновения и потребления. Поведение потребителя и его анализ: мотивация, знание, эмоции, ассоциации и т.д.	ЛК, СЗ
		6.2	Оценка конкурентной позиции предприятия. Доля рынка, сила бренда, технологическая позиция, ценовая зависимость. Оценка ключевых и критических факторов успеха	ЛК, СЗ
Раздел 7	Оценка эффективности маркетинговой деятельности	7.1	Определение выгодности: размер, доступность, прибыльность, перспективность (динамика). B2B и B2C сегменты	ЛК, СЗ
		7.2	Методы оценки эффективности: параметрические и экспертные методы. Прогнозные и фактические оценки эффективности деятельности. Оценка эффективности инвестиционного	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			проекта: ЧДД, ИД, ВНД	
		7.3	Комплексные показатели маркетинговой деятельности предприятия. Мероприятия, их характеристики, стоимость. Цели и возможности фирмы и маркетинговый бюджет	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедиа проектор Casio XJ-F100W Экран настенный Digis Dsem-1105
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Зал библиотеки, каворкинг, ауд.25

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ямпольская, Д. О. Пилипенко А.И. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / 2-е изд., пере-раб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 342 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс).

2. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт

Дополнительная литература:

1. Ковалев, Е. А. Теория вероятностей и математическая статистика для экономистов : учебник и практикум для вузов / Е. А. Ковалев, Г. А. Медведев ; под общей редакцией Г. А. Медведева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 284 с.

2. Пилипенко А.И. Конъюнктура товарных рынков: Анализ и прогнозирование в MS Excel. Учебное пособие для бакалавров – М.: РУДН, 2018.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)».

-

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент кафедры маркетинга

Должность, БУП

Подпись

Ямпольская Диана

Олеговна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Зобов Александр

Михайлович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Зобов Александр

Михайлович

Фамилия И.О.