

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.05.2024 11:55:14
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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

МАРКЕТИНГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговое администрирование» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 4 разделов и 14 тем и направлена на изучение

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов необходимых теоретических знаний принципов управления маркетингом и практических навыков создания эффективной системы планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности предприятия

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговое администрирование» 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-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать 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; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществлять 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-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных; УК-12.3 ;
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках; ПК-2.3 Формирует и используют оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения; ПК-2.4 Умеет использовать современные техники и методы продаж, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании; ПК-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение; ПК-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций;
ПК-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 Владеет современными методиками управления маркетингом и умеет их применять в бизнес-процессе; ПК-3.2 Владеет навыками применения в процессе

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		предпринимательской деятельности различных подходов к инновациям и инновационными подходами на решение традиционных проблем; ПК-3.3 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании; ПК-3.4 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке; ПК-3.5 Применяет современные модели развития и управления брендом компании на рынке;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговое администрирование» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 «Маркетинговое администрирование».

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-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать 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; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	Производственно-технологическая практика; <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i> <i>Технологические революции и экономический рост**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i> <i>Эмоциональный интеллект**;</i> <i>Нейромаркетинг**;</i> <i>Персональный брендинг**;</i> <i>CRM системы и программы лояльности**;</i> <i>Управление маркетинговыми проектами**;</i> <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i> <i>Комплаенс документации**;</i> <i>Управление талантами**;</i> <i>Big Data: основы анализа данных**;</i> <i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i> <i>Города в глобальной экономике**;</i> <i>Мировые финансовые центры**;</i> <i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i> <i>Экосистемы в бизнесе**;</i> <i>Моделирование бизнес-процессов**;</i>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Информатика; <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i> <i>Сторителлинг данных**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>Экономика межгосударственных территориальных споров**;</i> <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i> <i>Дизайн-мышление**;</i> <i>Бизнес в Интернет**;</i> <i>Современные финансовые операции**;</i> <i>Основы финансового прогнозирования**;</i> <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i> <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i> <i>Аналитика в Excel**;</i> <i>Основы научных исследований**;</i> <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i> <i>Миграционные режимы и паспортно-визовая дипломатия**;</i> <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i> <i>Основы бизнес-аналитики**;</i> <i>Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов**;</i> <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i> <i>Внутренний контроль фирмы**;</i> <i>Rhigital-технологии в экономике**;</i> <i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i> <i>Цифровой банкинг**;</i> <i>Международные экономические организации**;</i> Технологии и практика программирования на языке Python для гуманитарных специальностей; <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i> <i>Экономика цифровых рынков**;</i> <i>"Умные города": Россия и мир**;</i> <i>Цифровые технологии в управлении**;</i></p>	
ПК-2	Способность к разработке и реализации	Производственно-технологическая практика;	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>Маркетинговые исследования; Управление продуктом; Брендинг; Маркетинг взаимоотношений и партнерства; B2B маркетинг; Поведение потребителей; Маркетинговые коммуникации; Маркетинг продаж; <i>Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе**;</i> <i>Маркетинг услуг**;</i> <i>CRM системы и программы лояльности**;</i> <i>Управление маркетинговыми проектами**;</i> <i>Маркетинговые аспекты блокчейна**;</i> <i>Маркетинговое обоснование старт-ап**;</i> <i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Категорийный маркетинг**;</i> <i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;</i></p>	
ПК-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	<p>Производственно-технологическая практика; Маркетинг в отраслях и сферах деятельности; Управление продуктом; Брендинг; B2B маркетинг; Международный маркетинг; Маркетинговые коммуникации; Стратегический маркетинг; Маркетинг продаж; <i>Цифровой маркетинг**;</i> <i>Маркетинговое управление бизнес-процессами**;</i> <i>Маркетинговые аспекты блокчейна**;</i> <i>Маркетинговое обоснование старт-ап**;</i> <i>ATL коммуникации**;</i> <i>BTL коммуникации**;</i> <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Категорийный маркетинг**;</i> <i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;</i></p>	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговое администрирование» составляет «3» 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)
			8
Контактная работа, ак.ч.	35		35
Лекции (ЛК)	7		7
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	55		55
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговое администрирование» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			10
Контактная работа, ак.ч.	42		42
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	42		42
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	66		66
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

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	Маркетинговый процесс	1.1	Роль маркетинга в управлении фирмой	ЛК, СЗ
		1.2	Среда и условия эффективной маркетинговой деятельности	ЛК, СЗ
		1.3	Выбор теории ценности компании и построение соответствующей бизнес-модели	ЛК, СЗ
Раздел 2	Управление комплексом маркетинга	2.1	Товарная политика фирмы	ЛК, СЗ
		2.2	Управление товарным ассортиментом	ЛК, СЗ
		2.3	Ценовая политика фирмы	ЛК, СЗ
		2.4	Управление каналами распределения	ЛК, СЗ
		2.5	Маркетинговая логистика	ЛК, СЗ
		2.6	Управление службой сбыта	ЛК, СЗ
Раздел 3	Управление комплексом продвижения	3.1	Общие понятия мероприятий по продвижению. BTL	ЛК, СЗ
		3.2	ATL	ЛК, СЗ
Раздел 4	Стратегическое планирование. Оценка и контроль	4.1	Организация маркетинга на фирме	ЛК, СЗ
		4.2	Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности компании	ЛК, СЗ
		4.3	Мониторинг и контроль деятельности компании	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.	101
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.	103, 105
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.	Библиотека

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489034> (дата обращения: 31.03.2024).

2. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/502866> (дата обращения: 31.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. К. Ойнер. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 350 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04642-7.....

2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489346> (дата обращения: 31.03.2024)

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.elsevier.com/locate/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинговое администрирование».

* - 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 «Маркетинговое администрирование» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель
кафедры маркетинга

Должность, БУП

Калыгина Валентина
Викторовна

Фамилия И.О.

Подпись

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой
маркетинга

Должность БУП

Зобов Александр
Михайлович

Фамилия И.О.

Подпись

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой
маркетинга

Должность, БУП

Зобов Александр
Михайлович

Фамилия И.О.

Подпись