

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 02.06.2025 15:47:47  
Уникальный программный ключ:  
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ МАРКЕТИНГА**

(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):**

### **СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление результативностью маркетинга» входит в программу магистратуры «Современный маркетинг и управление продажами» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Очно-заочное и заочное отделение. Дисциплина состоит из 3 разделов и 10 тем и направлена на изучение принципов оценки маркетинговой деятельности компании

Целью освоения дисциплины 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 «Управление результативностью маркетинга» 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<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1  | Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий                                                                                                              | УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;<br>УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;<br>УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;<br>УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;<br>УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте; |
| 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;<br>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;<br>ОПК-2.2 Проводит анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации;<br>ОПК-2.3 Использует современные цифровые системы и методы при решении управленческих и исследовательских задач;                                                                                                                                                                                                |
| ОПК-5 | Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские                                                                                                             | ОПК-5.1 Способен разработать план научного исследования в области менеджмента на основе оценки и обобщения результатов научных трудов отечественных и зарубежных ученых;<br>ОПК-5.2 Использует современные методы, технологии и                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| Шифр  | Компетенция                                                                                                                                                            | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | проекты                                                                                                                                                                | инструменты сбора информации, ее обработки и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте;<br>ОПК-5.3 Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам научного исследования в области менеджмента;<br>ОПК-5.4 Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей;                                                                                                                                                             |
| ОПК-6 | Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность | ОПК-6.1 Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач;<br>ОПК-6.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность;<br>ОПК-6.3 Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач;                                                                                                                                                                                                                      |
| ПК-2  | Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлении ими на международных рынках компании                                     | ПК-2.1 Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);<br>ПК-2.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность;<br>ПК-2.3 Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности инновационных продуктов;<br>ПК-2.4 Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий; |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление результативностью маркетинга» 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 «Управление результативностью маркетинга».

*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. |                                             | Продуктовый маркетинг**;<br>Международные маркетинговые стратегии**;<br>Категорийный маркетинг**;<br>Инновационное предпринимательство**;<br>Основы электронной коммерции**;<br>Управление маркетингом**;<br>Коммерческая деятельность предприятия;<br>Ценообразование;<br>Маркетинг розничной торговли**; |

| Шифр  | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                       | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                                                                                                                                                                                                                |                                             | <i>Современные технологии продаж**;</i><br>НИРМ;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| УК-1  | Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий                                                                                                              |                                             | <i>Преддипломная практика;</i><br>НИРМ;<br><i>Глобальный стратегический менеджмент;</i><br><i>Корпоративное управление;</i><br><i>Управленческая экономика;</i><br><i>Продуктовый маркетинг**;</i><br><i>Международные маркетинговые стратегии**;</i><br><i>Категорийный маркетинг**;</i><br><i>Социально-этический маркетинг**;</i><br><i>Инновационное предпринимательство**;</i><br><i>Маркетинг в сфере услуг**;</i><br><i>Основы электронной коммерции**;</i><br><i>Управление маркетингом**;</i><br><i>Коммерческая деятельность предприятия;</i><br><i>Ценообразование;</i> |
| ОПК-6 | Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность                                                                         |                                             | <i>Преддипломная практика;</i><br>НИРМ;<br><i>Цифровой маркетинг;</i><br><i>Ценообразование;</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 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 |                                             | <i>Преддипломная практика;</i><br>НИРМ;<br><i>Маркетинговый аудит;</i><br><i>Ценообразование;</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| ОПК-5 | Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты                                                                                                     |                                             | НИРМ;<br><i>Маркетинговый аудит;</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ПК-2  | Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и                                                                                                                                                             |                                             | НИРМ;<br><i>Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях;</i><br><i>Инновационное</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| Шифр | Наименование компетенции                        | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                              |
|------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | управлении ими на международных рынках компании |                                             | <i>предпринимательство**;</i><br><i>Цифровой маркетинг;</i><br><i>Маркетинг розничной торговли**;</i><br><i>Современные технологии продаж**;</i><br><i>Маркетинг в сфере услуг**;</i> |

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление результативностью маркетинга» составляет «2» зачетные единицы.

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

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч. |    | Семестр(-ы) |
|-------------------------------------------|--------------|----|-------------|
|                                           |              |    | 1           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 28           |    | 28          |
| Лекции (ЛК)                               | 14           |    | 14          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |    | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 14           |    | 14          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 17           |    | 17          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 27           |    | 27          |
| Общая трудоемкость дисциплины             | ак.ч.        | 72 | 72          |
|                                           | зач.ед.      | 2  | 2           |

## 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      | Оценка эффективности деятельности предприятия                           | 1.1                       | Методы оценки эффективности: параметрические и экспертные методы. Прогнозные и фактические оценки эффективности деятельности. Оценка эффективности инвестиционного проекта: ЧДД, ИД, ВНД                                                                                                                | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                         | 1.2                       | Комплексные показатели маркетинговой деятельности предприятия. Мероприятия, их характеристики, стоимость. Цели и возможности фирмы и маркетинговый бюджет.                                                                                                                                              | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                         | 1.3                       | Общая оценка затрат на маркетинговую деятельность и их структура. Изменение структуры затрат в зависимости от состояния рынка. Метод оценки эффективности на базе прогнозирования результата проводимой программы действий на рынке.                                                                    | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Оценка выгодности рыночного сегмента                                    | 2.1                       | Определение выгодности: размер, доступность, прибыльность, перспективность (динамика). B2B и B2C сегменты. Вид конкуренции и его определение. Показатели конкурентного состояния среды. Глобализация рынка и ее показатели.                                                                             | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                         | 2.2                       | Характеристика клиента и перспектива работы с ним.                                                                                                                                                                                                                                                      | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                         | 2.3                       | Оценка конкурентной позиции предприятия. Доля рынка, сила бренда, технологическая позиция, ценовая зависимость. Оценка ключевых и критических факторов успеха.                                                                                                                                          | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Маркетинговая информационная система. Принципы построения и наполнение. | 3.1                       | Маркетинговая информационная система, как база оценки эффективности деятельности. Целевое назначение МИС. Определение потребности в информации. Показатели макро, мезо и микро среды.                                                                                                                   | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                         | 3.2                       | Состав группы показателей производства товаров и услуг и их источники. Показатели внешней среды: оценка бренда, потребительских качеств, уровня цены и общего конкурентного положения товарного предложения.                                                                                            | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                         | 3.3                       | Состав показателей сбытовой деятельности и их источники. Оценка числового и взвешенного распределения. Индекс интенсивности распределения. Стратегии селективного, интенсивного и эксклюзивного распределения: анализ эффективности применения. Метрики цифрового распределения. Оценка on-line продаж. | ЛК, СЗ              |
|               |                                                                         | 3.4                       | Состав показателей коммуникационной деятельности и их источники. Оценка эффективности рекламы. Методы оценки: кабинетные и полевые эксперименты. Оценка коэффициента охвата рекламным средством, сообщением. Метрики цифрового маркетинга. WEB-показатели. Оценка эффективности on-line продвижения     | 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.                                                                       | 4 Зал библиотечный: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран с электроприводом, белый матовый, Микшер-усилитель, Двухполосная АС АPart SDQ8T-BL |
| 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. | Ауд. 105: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105  |
| 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.                                  | Ауд. 105: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105  |

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Анализ и прогнозирование рынка: учебник для вузов / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, В. Н. Старинский, Г. Ф. Щербина ; под редакцией А. Н. Асаула. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 296 с. — (Высшее образование).

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Высшее образование).

*Дополнительная литература:*

1. Ямпольская, Д. О. Пилипенко А.И. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс).

2. Статистика : учебник для вузов / И. И. Елисеева [и др.] ; ответственный редактор И. И. Елисеева. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 619 с. — (Высшее образование).

*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](http://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 «Управление результативностью маркетинга».

- Курс лекций, типовые задания и контрольный тест по дисциплине

«Управление результативностью маркетинга (эффективность маркетинговых проектов)» размещен на портале ТУИС, Ре-жим доступа:

<https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=11989&notifyeditingon=1>

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент каф. маркетинга

*Должность, БУП*

*Подпись*

Ямпольская Диана

Олеговна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Зам. декана ОЗ и ЗО

*Должность БУП*

*Подпись*

Черняев Максим

Васильевич

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой  
маркетинга

*Должность, БУП*

*Подпись*

Лукина Анастасия

Владимировна

*Фамилия И.О.*