

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.05.2025 16:53:17
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

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)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговое администрирование» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 4 разделов и 14 тем и направлена на изучение администрирования маркетинговой деятельностью современного предприятия

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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ПК-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1 Знает и владеет мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-1.2 Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры; ПК-1.3 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-1.4 Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании; ПК-1.5 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;
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

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций;

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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Макроэкономика; Микроэкономика; Математическая логика и теория алгоритмов**; Моделирование бизнес-процессов**; Персональный брендинг**; Экономическая география; Маркетинг; Методы оптимальных решений**; Мировая экономика; Основы научных исследований**; Экономическая статистика; Тайм-менеджмент**; Психология личности и профессиональное самоопределение**; Бизнес в Интернет**; Международные экономические организации**; Теория и практика международного бизнеса**; Страховой бизнес**; Комплаенс документации**; Маркетинговое управление бизнес-процессами**; Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**; Навыки и технологии публичных презентаций**; Основы трейдинга на фондовом рынке**; История финансовых потрясений в мировой экономике**; Коммуникации в экономике и управлении**; Тренинг: работа с международной статистикой**; Основы международных	CRM системы и программы лояльности**; Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**; Методы исследования рынка; Маркетинг услуг**; Категорийный маркетинг**; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		стандартов учета и аудита**; Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**; Эмоциональный интеллект**; Цифровые технологии в управлении**; Основы налоговых правоотношений в учете**; Основы финансового прогнозирования**; Дизайн-мышление**; Phygital-технологии в экономике**; Цифровой банкинг**; Ценообразование в маркетинге**; Малое предпринимательство в рыночной экономике**; Основы бизнес-аналитики**; Основы предпринимательства**; "Мягкая сила" в мировой экономике**; Мировые финансовые центры**; Математика (Часть 1); Математика (Часть 2); Управление талантами**; Креативность и инновации в бизнесе**; Нейромаркетинг**; Брендинг территорий**; Безопасность в цифровой среде**; Визуализация пространственных данных в экономике**; Технологический суверенитет в многополярном мире**; Современные финансовые технологии**; Креативная экономика в городах и регионах**; Умный город: практика внедрения цифровых технологий**; Самокоучинг**; Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**; Экономика и финансы устойчивого развития**; Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**; Ознакомительная практика;	
ПК-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса	Математическая логика и теория алгоритмов**; Моделирование бизнес-процессов**; Маркетинговые исследования; Поведение потребителей;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	маркетинга	Персональный брендинг**; Методы принятия управленческих решений; Управление человеческими ресурсами; Экономическая география; Методы оптимальных решений**; Основы научных исследований**; Правоведение; Экономика предприятия; Тайм-менеджмент**; Психология личности и профессиональное самоопределение**; Бизнес в Интернет**; Международные экономические организации**; Теория и практика международного бизнеса**; Страховой бизнес**; Комплаенс документации**; Маркетинговое управление бизнес-процессами**; Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**; Навыки и технологии публичных презентаций**; Основы трейдинга на фондовом рынке**; История финансовых потрясений в мировой экономике**; Коммуникации в экономике и управлении**; Тренинг: работа с международной статистикой**; Основы международных стандартов учета и аудита**; Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**; Эмоциональный интеллект**; Цифровые технологии в управлении**; Основы налоговых правоотношений в учете**; Основы финансового прогнозирования**; Дизайн-мышление**; Phygital-технологии в экономике**; Цифровой банкинг**; Ценообразование в маркетинге**; Малое предпринимательство в рыночной экономике**; Основы бизнес-аналитики**; Основы предпринимательства**; "Мягкая сила" в мировой экономике**;	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Мировые финансовые центры**; Управление талантами**; Креативность и инновации в бизнесе**; Нейромаркетинг**; Брендинг территорий**; Безопасность в цифровой среде**; Python и SQL в экономике и управлении; Визуализация пространственных данных в экономике**; Технологический суверенитет в многополярном мире**; Современные финансовые технологии**; Креативная экономика в городах и регионах**; Умный город: практика внедрения цифровых технологий**; Самокоучинг**; Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**; Экономика и финансы устойчивого развития**; Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;	
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Маркетинг взаимоотношений и партнерства; Маркетинговые исследования; Поведение потребителей; Тайм-менеджмент**; Маркетинговое управление бизнес-процессами**; Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**; Ценообразование в маркетинге**; Продвинутый Excel**; Основы предпринимательства**; Маркетинг продаж**; Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**; Основы проектной деятельности в управлении маркетингом; Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**;	Маркетинговые коммуникации; Событийный маркетинг**; Позиционирование городов мира: поиск идентичности**; CRM системы и программы лояльности**; Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**; Маркетинговая логистика**; Marketing logistics**; Корпоративные связи с общественностью**; B2B маркетинг; Маркетинг услуг**; Категорийный маркетинг**; "Зеленый" маркетинг**; Преддипломная практика;

* - 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 «2» 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)
			6
Контактная работа, ак.ч.	42		42
Лекции (ЛК)	14		14
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	21		21
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговое администрирование» составляет «2» 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)
			7
Контактная работа, ак.ч.	51		51
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	48		48
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
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 предприятии	ЛК, СЗ
		4.2	Стратегия, тактика и основные аспекты маркетинговой деятельности компании	ЛК, СЗ
		4.3	Мониторинг и контроль деятельности предприятия	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.	Ауд. 105. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом	Ауд. 105. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
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" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

* - 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, 2025. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560232> (дата обращения: 09.04.2025).

2. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559811> (дата обращения: 09.04.2025).

Дополнительная литература:

1. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16620-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561067> (дата обращения: 09.04.2025).

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 «Маркетинговое администрирование».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Калыгина Валентина

Викторовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Лукина Анастасия

Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Зобов Александр

Михайлович

Фамилия И.О.