

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

ФТД.В.02 Планирование маркетинга

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)

38.03.06.02 Маркетинг в торговой деятельности

Форма обучения

заочная

Год набора

2018

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ канд. экон. наук, доцент, Алешина Ольга Геннадьевна

\_\_\_\_\_ должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Ознакомить студентов с технологиями составления и реализации планов маркетинга на предприятии.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- Определить методологические подходы к маркетинговому планированию;
- Выявить место плановой подсистемы в комплексе маркетинга;
- Представить систему стратегического и тактического планирования на предприятии;
- Определить специфику составления товарной, ценовой и сбытовой политики предприятия;
- Изучить технологии составления разных видов планов маркетинга.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ДПК-6: способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</b>	
ДПК-6: способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	<ul style="list-style-type: none"><li>- цели, задачи, функции и принципы планирования маркетинга;</li><li>- структуру и последовательность разработки плана маркетинга</li><li>- использовать инструменты маркетингового планирования на основе прогнозов бизнес-процессов;</li><li>- проводить анализ и организовывать выполнение плана маркетинга и его контроль с целью повышения экономической эффективности и устойчивости функционирования бизнес-процессов</li><li>- методиками бизнес-планирования в области управления маркетингом</li></ul>
<b>ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</b>	
ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	<ul style="list-style-type: none"><li>- роль и особенности управления персоналом в процессе планирования маркетинговой деятельности предприятия;</li><li>- навыки организационно-управленческой работы с малыми коллективами в планировании маркетинговой деятельности</li><li>- организовывать работу персонала в рамках маркетингового планирования</li><li>- методиками оценки результативности работы персонала в процессе маркетингового планирования</li></ul>

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1.</b>									
	1. Современная модель маркетинга и ее особенности	2,37							
	2. Современная модель маркетинга и ее особенности			4					
	3. Современная модель маркетинга и ее особенности								
	4. Понятие и сущность планирования в маркетинге	0,33							
	5. Понятие и сущность планирования в маркетинге			0,4					
	6. Понятие и сущность планирования в маркетинге							5	
	7. Методы и технологии планирования в маркетинге	0,33							
	8. Методы и технологии планирования в маркетинге			0,4					
	9. Методы и технологии планирования в маркетинге							5,5	
	10. Анализ маркетинговых возможностей	0,33							
	11. Анализ маркетинговых возможностей			2,4					
	12. Анализ маркетинговых возможностей							3,5	
	13. Содержание и структура плана маркетинга	0,33							

14. Содержание и структура плана маркетинга			0,4					
15. Содержание и структура плана маркетинга							3,5	
16. Стратегический маркетинг	0,33							
17. Стратегический маркетинг			0,4					
18. Стратегический маркетинг							3,5	
19. Прогнозирование в маркетинге	0,33							
20. Прогнозирование в маркетинге			0,4					
21. Прогнозирование в маркетинге							3,5	
22. Бюджет маркетинга	0,33							
23. Бюджет маркетинга			0,4					
24. Бюджет маркетинга							5,5	
25. Организация деятельности по реализации плана маркетинга	0,33							
26. Организация деятельности по реализации плана маркетинга			0,4					
27. Организация деятельности по реализации плана маркетинга							5,5	
28. Эффективность маркетинговых программ и мероприятий	0,33							
29. Эффективность маркетинговых программ и мероприятий			0,4					
30. Эффективность маркетинговых программ и мероприятий							5,5	
31. Контроль маркетинга	0,33							
32. Контроль маркетинга			0,4					
33. Контроль маркетинга							5,5	

34. Компьютерные программы разработки и презентации плана маркетинга	0,33							
35. Компьютерные программы разработки и презентации плана маркетинга								
36. Компьютерные программы разработки и презентации плана маркетинга							5,5	
37.								
Всего	6		9,9999 98				52	



## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Аакер Д. Создание сильных брендов: пер. с англ.(М.: ИД Гребенникова).
2. Эриашвили Н. Д., Нагапетьянц Н. А., Синяева И. М., Исаенко Е. В., Каменева И. Г., Васильев Г. А. Основы маркетинга: учебное пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг" и 350700 "Реклама"(Москва: ЮНИТИ-ДАНА).
3. Буров В. П., Морозкин В. А., Ломакин А. Л. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
4. Лапыгин Д. Ю., Лапыгин Ю. Н. Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Траут Д., Ривкин С. Новое позиционирование: монография(Москва: Питер).
6. Рассел Д. Т., Лейн У. Р. Рекламные процедуры Клеппнера: монография (Санкт-Петербург: Питер).
7. Казаков С. П. Проблемы измерения эффективности мероприятий маркетинга // Российское предпринимательство. 2011. № 8-1. С. 94-100.: Статья(Москва: Издательский Центр РИО□).
8. Кобб Б. Управляй своей мечтой: Как реализовать любой замысел, проект, план(Москва: ООО "Альпина Паблишер").

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. не предусмотрено изучением дисциплины

## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Лекционные и практические занятия по дисциплине проводятся в специализированных аудиториях, оборудованных наглядными материалами по основным проблемным моментам изучаемого курса.

В процессе преподавания дисциплины используются электронно-технические средства, позволяющие проводить презентации изучаемого материала; плакаты – иллюстративные материалы; презентации по курсу выставлены в локальной электронной сети института, в библиотеке.

Для проведения практических занятий используются мультимедийное оборудование и программный пакет CorelDRAW ([www.coreldraw.com/ru/free-trials/](http://www.coreldraw.com/ru/free-trials/))