

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

Б1.В.ДВ.05.02 Маркетинговое планирование

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

38.03.02 Менеджмент

Форма обучения

очная

Год набора

2022

Красноярск 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

Кандидат экономических наук, Доцент, Якимова Екатерина

Андреевна; Старший преподаватель, Ветцель Константин Яковлевич

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинговое планирование» является овладение студентами базового набора знаний и умений для осуществления маркетингового планирования на предприятии.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины «Маркетинговое планирование» раскрываются согласно системе знаний, умений и навыков в профессиональной сфере и в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров 38.03.02 Менеджмент.

В ходе изучения дисциплины решаются следующие задачи:

- формирования студентами представления о сущности процесса планирования и его месте в системе управления предприятием;
- получение знаний и навыков использования основных методов планирования в заданных условиях информационного обеспечения;
- изучение основ построения различных видов планов в зависимости от уровня содержащихся плановых решений.

Студент должен понимать сущность и социальную значимость процесса планирования как одну из функций управления, необходимость его использования для обеспечения эффективности принимаемых маркетинговых решений.

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
ПК-2: Способность осуществлять планирование деятельности организации на основе выявления возможностей повышения эффективности управления с использованием современных информационных технологий	
ПК-2.1: Знать методы ведения плановой работы, подготовки комплексных планов деятельности организации и структурных подразделений, технико-экономический анализ, алгоритм постановки задач, решаемых с помощью вычислительной техники	

<p>ПК-2.2: Уметь: организовывать работу по тактическому планированию деятельности исходя из конкретных условий и потребностей рынка, выявлять, анализировать и</p>	
<p>использовать резервы производства с помощью современных информационных технологий</p>	
<p>ПК-2.3: Владеть инструментами планирования деятельности организации, методами управления и выявления возможностей повышения эффективности управления, разработки рекомендаций по использованию научно-обоснованных методов комплексного решения задач планирования с применением современных информационных технологий</p>	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: .

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	2 (72)	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	1 (36)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

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
1. Раздел 1. Система планирования в организации									
	1. Планирование: понятие, сущность, преимущества реализации	2							
	2. Планирование как процесс: последовательность этапов и их содержание	2							
	3. Уровни и функциональная схема планирования	2							
	4. Система планирования в организации *А/О			4					
	5. Система планирования в организации							10	
2. Раздел 2. Методы и виды планирования									
	1. Методы планирования: понятие, виды и их классификация	2							
	2. Характеристика основных методов маркетингового планирования, специфика их применения	4							
	3. Методы и виды планирования *А/О			6					
	4. Методы и виды планирования							12	

3. Раздел 3. Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование								
1. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности предприятия	4							
2. Система оперативного маркетингового планирования	2							
3. Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование *А/О			6					
4. Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование							12	
4. Раздел 4. Бизнес-план в системе маркетингового планирования								
1. Бизнес-план: сущность, цели, задачи, этапы разработки, отличительные особенности	2							
2. Структура и содержание бизнес-плана предприятия	2							
3. Содержание основных разделов бизнес-плана	6							
4. Бизнес-план в системе маркетингового планирования *А/О			8					
5. Бизнес-план в системе маркетингового планирования							18	
5. Раздел 5. Информационные технологии и инструменты в маркетинговом планировании								
1. Предпосылки информационно-аналитического обеспечения маркетингового планирования	2							
2. Информационные процессы маркетинга на предприятии	2							
3. Информационные технологии и инструменты в маркетинговом планировании *А/О			6					
4. Информационные технологии и инструменты в маркетинговом планировании							10	
6. Раздел 6. Оценка эффективности маркетингового планирования								
1. Эффективность системы планирования	2							

2. Основные показатели оценки эффективности в ходе маркетингового планирования	2							
3. Оценка эффективности маркетингового планирования *А/О			6					
4. Оценка эффективности маркетингового планирования							10	
Всего	36		36				72	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Степочкина Е. А. Планирование бизнеса и внутрифирменное управление: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент» и «Производственный менеджмент»(Москва: Директ-Медиа).
2. Орлова П. И. Бизнес-планирование: учебник(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").
3. Вайс Е. С., Васильцова В. М., Вайс Т. А., Васильцов В. С. Планирование на предприятии (организации): учебное пособие для вузов по специальности "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)"(Москва: КНОРУС).
4. Черняк В. З. Бизнес-планирование: электронный учебник(Москва: КноРус).
5. Орлова Е. Р. Бизнес-план: методика составления и анализ типовых ошибок(Москва: Омега-Л).
6. Дебелак Д. Планирование в маркетинге. Выигрышные стратегии для любого малого бизнеса: [перевод с английского](Москва: АСТ).
7. Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия: теория и практика(Ростов-на-Дону: Феникс).
8. Савкина Р. В. Планирование на предприятии: учебник для вузов по направлению подготовки "Экономика"(Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К").

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):

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

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)