

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

Б1.В.ДВ.06.02 Практикум по моделированию экосистемы  
маркетинга

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 \_\_\_\_\_

канд. экон. наук, доцент кафедры "Маркетинг" ИУБПЭ, Вингерт

В.В.; ассистент кафедры "Маркетинг" ИУБПЭ, Русина А.Н.

должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Практикум по моделированию экосистемы маркетинга» является освоение системы теоретических знаний и практических навыков для формирования и прогнозирования динамичного и совместно развивающегося сообщества, состоящего из разнообразных субъектов, создающих и получающих новое содержание в процессе как взаимодействия, так и конкуренции.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- актуализировать знания, способствующие пониманию сущности и специфики моделирования экосистемы маркетинга;
- сформировать знания об эффективных методах моделирования экосистемы маркетинга;
- развить навыки анализа проблем организации, требующих моделирования экосистемы маркетинга;
- формировать готовность студентов использовать навыки моделирования экосистемы маркетинга и развить на этой основе способность решать профессионально-управленческие задачи.

### 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>ПК-5: Способность анализировать и принимать эффективные решения по реализации изменений с точки зрения достижения целевых показателей и интересов заинтересованных сторон</b>	
ПК-5.1: Знать теорию межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, ИТ для целей бизнес-анализа, теорию системного анализа, бизнес-моделирования, языки визуального моделирования (дизайн-проектирования)	
ПК-5.2: Уметь проводить анализ внутренних (внешних) факторов и условий, влияющих на деятельность организации, потребностей заинтересованных сторон, оценивать эффективность принимаемых решений, применять ИТ для анализа и проектирования изменений.	

ПК-5.3: Владеть инструментами системного анализа и бизнес-моделирования для выбора и оценки вариантов реализации бизнес-возможностей организации с точки зрения целевых показателей и достижения интересов заинтересованных сторон, оценки эффективности принимаемых решений в соответствии с выбранными критериями	
---	--

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

Язык реализации дисциплины: .

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1 (36)</b>	
практические занятия	1 (36)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>3 (108)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

### 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. Раздел 1. Понятие моделирования экосистемы маркетинга и ее основные элементы</b>									
	1. 1.1. Дискуссия по открытым вопросам к теме			0,5					
	2. 1.2. Практическое задание № 1			2					
	3. 1.3. Практическое задание № 2			2					
	4. 1.4. Практическое задание № 3			2					
	5. 1.5. Анализ ситуации			3					
	6. 1.6. Деловая игра			4					
	7. 1.7. Промежуточное тестирование по разделу 1			0,5					
<b>2. Раздел 2. Описание экосистемы и классификация участников</b>									
	1. 2.1. Дискуссия по открытым вопросам к теме			0,5					
	2. 2.2. Практическое задание № 4			2					
	3. 2.3. Практическое задание № 5			2					
	4. 2.4. Практическое задание № 6			2					
	5. 2.5. Анализ ситуации			3					

6. 2.6. Деловая игра			4					
7. 2.7. Промежуточное тестирование по разделу 2			0,5					
<b>3. Раздел 3. Формирование карты рынка и описание характеристик</b>								
1. 3.1. Дискуссия по открытым вопросам к теме			0,5					
2. 3.2. Анализ ситуации			3					
3. 3.3. Практическое задание №7			2					
4. 3.4. Практическое задание №8			3					
5. 3.5. Эссе			4					
6. 3.6. Деловая игра			3					
7. 3.7. Промежуточное тестирование по разделу 3			0,5					
<b>4. Раздел 4. Продуктовые линейки и их классификации, выделение метрик</b>								
1. 4.1. Дискуссия по открытым вопросам к теме			0,5					
2. 4.2. Практическое задание №9			4					
3. 4.3. Анализ ситуации			2					
4. 4.4. Анализ ситуации 2			2					
5. 4.5. Практическое задание №10			2					
6. 4.6. Деловая игра			3					
7. 4.7. Промежуточное тестирование по разделу 4			0,5					
<b>5. Раздел 5. Прогнозирование развития и моделирование экосистемы маркетинга</b>								
1. 5.1. Дискуссия по открытым вопросам к теме			0,5					
2. 5.2. Анализ ситуации			2					
3. 5.3. Практическое задание №11			2					
4. 5.3. Практическое задание №12			2					
5. 5.3. Практическое задание №13			4					
6. 5.4. Деловая игра			3					
7. 5.5. Промежуточное тестирование по разделу 5			0,5					

8. изучение теоретического курса							32	
9. самодиагностика							10	
10. разработка проекта управленческого решения							20	
11. творческое эссе							10	
Всего			72				72	

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

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

1. Халин В. Г., Чернова Г. В. Системы поддержки принятия решений: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры по инженерно-техническим и экономическим направлениям и специальностям(Москва: Юрайт).
2. Кузьмина С. Н., Войтоловский Н. В. Методологические аспекты управления развитием инновационной деятельности организации: автореферат дис. ... д-ра экон. наук(Санкт-Петербург).
3. Пятаева А.В., Перфильев Д.Д. Интеллектуальные системы поддержки принятия решений: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...09.03.02.05 Информационные системы и технологии в административном управлении](Красноярск: СФУ).

### **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. Специальное программное обеспечение для преподавания и изучения дисциплины не требуется. Предполагается, что для успешного освоения дисциплины студенту, как правило, необходимы:
2. • Microsoft Windows 7,8,10 договор №4072/15 от 12.ноября.2015г неограниченное количество в пределах институтов по подписке DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal 3 года (до 12 ноября 2018 г.)
3. • Microsoft Office Professional Plus 2007 Russia Лицензия №43158512 от 04.12.2007 2400 копий бессрочно (Microsoft Open License).
4. • Google Chrome Free.

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

1. Для обучающихся требуется и обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:
2. • Информационно справочная система Консультант плюс договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно.

## **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)**

Характеристика аудиторий, оборудования, технических средств обучения, необходимых осуществления образовательного процесса по дисциплине:

- лекционные аудитории с мультимедийным оборудованием, включая проекционную и аудиотехнику;
- мультимедийные аудитории для практических занятий, оснащенные моделируемой мебелью, мультимедийным проектором;
- презентационные комплексы Smart Board, Inter Write установлены стационарно во всех лабораторных аудиториях;
- компьютерные классы с выделенным выходом в Интернет на 15-20 рабочих мест. Конфигурация персональных ЭВМ и рабочих мест базируется на платформе процессоров типа INTEL Pentium, Celeron, Core 2Duo и т. п. с оперативной памятью 128÷2048 Mb, видеоплатами с ОЗУ 32÷512 Mb, минимальным объемом HDD 20 Гб, LCD и CRT мониторами с размером экрана по диагонали 15÷19'.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, в зависимости от нозологий, осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.