

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

Б1.В.ДВ.13.02 Дизайн-проектирование управления
рынками

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 _____

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Дисциплина «Дизайн-проектирование управления рынками» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования входит в вариативную часть профессионального цикла подготовки бакалавра очной формы обучения ООП по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Целью изучения дисциплины является освоение системы теоретических знаний и практических навыков для овладения методами построения и использования динамической модели потребительского спроса на предлагаемые фирмой продукты с одновременной ориентацией на соблюдение ее внутренних интересов.

В процессе освоения дисциплины, обучающиеся должны усвоить:

- основы формирования рынка, разрабатываемых на различных уровнях управления, рассматривая при этом дизайн-проектирование управления рынками как часть маркетинговой деятельности,
- необходимые профессиональные знания и расчётно-аналитические умения при выборе оптимальных вариантов в процессе разработки направлений реализации стратегии в рамках дизайн-проектирования управления рынками,
- прикладные аспекты читаемого курса, а именно: умение разработать стратегию и тактику управления рынками, определить степень эффективности мероприятий.

1.2 Задачи изучения дисциплины

В результате изучения дисциплины бакалавры приобретают знания, умения и навыки, необходимые для их профессиональной практико-ориентированной или производственно-технологической деятельности и должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

в рамках организационно-управленческой деятельности:

разрабатывать и реализовывать мероприятия в рамках дизайн-проектирования управления рынками в соответствии с базовыми стратегиями развития организаций;

планировать деятельность предприятия в рамках реализации программы управления рынками;

в рамках информационно-аналитической деятельности:

осуществлять сбор, обработку и анализ информации для выбора управленческих альтернатив, подготовки и принятия решений в рамках дизайн-проектирования управления рынками;

проводить оценку эффективности и успешности реализации программы дизайн-проектирования управления рынками и отдельных мероприятий по управлению рынком;

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-3: Способность управления процессами в организации с учетом рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники, в целях реализации стратегии и повышения эффективности производства	
ПК-3.1: Знать методики и регламенты планирования и дизайн-проектирования, современные технологии инновационного развития и их возможности, цифровые технологии решения практических задач	
ПК-3.2: Уметь использовать современные организационные формы и методы управления для планирования развития организации, осуществлять контроль, оценку и коррекцию текущих планов и планов развития, обосновывать предложения по внедрению инноваций в производство	
ПК-3.3: Владеть инструментарием проектирования и выбора инновационных способов организации и управления производством в изменяющихся условиях, их использования для работы на новых рынках	
ПК-7: Способность планирования подготовки проектов и программ развития организации в соответствии с целями и критериями рыночной привлекательности и оценки их эффективности	
ПК-7.1: Знать основы экономического анализа, ведения БД, принципы бюджетирования, методы планирования и основы стратегического менеджмента, способы управления финансовыми потоками и факторами риска проектов и программ развития	

<p>ПК-7.2: Уметь планировать подготовку проектов и программ развития организации, оценивать их эффективность с использованием БД и информационно-аналитических систем.</p>	
<p>ПК-7.3: Владеть инструментами подготовки проектов и программ развития организаций, разработки сценариев их реализации, формирования ключевых показателей эффективности</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: Для изучения дисциплины будет разработан электронный обучающий курс «Дизайн-проектирование управления рынками» на базе платформы Moodle.

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:	1 (36)	
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. Маркетинг как интегрирующая функция принятия управленческих решений									
	1. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений	2							
	2. Модель рыночной сред и типология стратегического взаимодействия в маркетинговых системах	2							
	3. Дискуссия по открытым вопросам к темам 1, 2 «*» (А)			0,5					
	4. Практическое задание № 1: «*» (А)			2					
	5. Практическое задание № 2 «*» (О)			2					
	6. Промежуточное тестирование по разделу 1 «*» (О)			0,5					
	7.							4	
2. Маркетинговое изучение спроса и факторов влияющих на спрос									
	1. Методология и практика изучения спроса системах	4							
	2. Изучение факторов взаимодействия рыночных субъектов в маркетинговых системах	4							

3. Дискуссия по открытым вопросам к темам 3, 4, 6 «*» (А)			0,5					
4. Практическое задание №3*» (О)			1					
5. Практическое задание №4 «*» (О)			2					
6. Анализ ситуации «*» (А)			2					
7. Деловая игра «*» (А)			2					
8. Промежуточное тестирование по разделу 2 «*» (О)			0,5					
9.							8	
3. Прогнозирование спроса и маркетинговые мероприятия, способствующие балансированию спроса и предложения								
1. Прогнозирование спроса	8							
2. Аналитический маркетинг построение сценариев развития ситуации	8							
3. Дискуссия по открытым вопросам к темам 5,6«*» (А)			0,5					
4. Анализ ситуации (О)			2					
5. Практическое задание №5			2					
6. Практическое задание №6			4					
7. Практическое задание №7			4					
8. Деловая игра «*» (А)			3					
9. Промежуточное тестирование по разделу 3 «*» (О)			0,5					
10.							16	
4. Дизайн-проектирование управления рынком								
1. Аспекты управления рыночным взаимодействием субъектов маркетинговой системы	4							
2. Выбор и обоснование концепций стратегического дизайн -проектирования управления рынком	4							
3. Дискуссия по открытым вопросам к темам 7,8 «*» (А)			0,5					

4. Практическое задание №8: «*» (А)			2					
5. Анализ ситуации «*» (О)			2					
6. Разработать программы стимулирования сбыта«*» (О)			2					
7. Промежуточное тестирование по разделу 4 «*» (О)			0,5					
8.							8	
Всего	36		36				36	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Наумов В. Н., Шубаева В. Г. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах: Монография(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
2. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").

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. Специализированные программные продукты не используются.

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

1. www.pages.ru - адресно-справочная база данных компаний, производителей товаров и услуг;
2. www.yellowpages.ru, www.yellowpages.spb.ru – отдельные сайты базы данных «Желтые страницы» по Москве и другим крупным городам;
3. www.nw-innovations.ru - подборка ссылок на «Желтые страницы» мира (раздел «Экономика и бизнес»);
4. www.icsmir.ru - Информационная Коммерческая Система «Международные Ин-формационные Рынки») предоставляет информацию о предприятиях и продукции 17-ти отраслей промышленности, общее количество записей превысило 60 тысяч. В он-лайн режиме возможен поиск по названию продукции, названию предприятия, его адресу или отбор по рубрике.
5. www.itcenter.msk.ru – информационная система, имеющая базы данных проектов и технологий;
6. www.inage.ru - база данных научно-технических проектов;
www.polpred.com - об-зор СМИ;
7. www.gks.ru – Базы данных Федеральной службы государственной статистики;
8. www.krasstat.gks.ru – Базы данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю (Красноярскстат);
9. www.ias-stat.ru - ИАС «Статистика»;
10. www.ebiblioteka.ru - Ист Вью (EastView);
11. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU);
12. <http://grebennikov.ru> - ЭБ Издательского дома «Гребенников»;
13. <http://dvs.rsl.ru> - Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ;

14. <http://www.nelbook.ru> - Электронная библиотека «НЭЛБУК»;
15. www.znaniium.com - Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»;
16. <http://rucont.ru> - Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»;
17. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»;
18. <http://www.portal.euromonitor.com> - Euromonitor International;
19. <http://www.spark-interfax.ru/Front/Index.aspx> - «СПАРК» - система профессионального анализа рынков и компаний.

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, используемых в программе:

- 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.