

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

2019

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», профилю 38.03.02.04 «Маркетинг».

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

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-20: владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	
ПК-6: способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	
ПК-7: владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	

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)	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 среды и типология стратегического взаимодействия в маркетинговых системах	2							
	3. Дискуссия по открытым вопросам к темам 1, 2			0,5					
	4. Практическое задание № 1			2					
	5. Практическое задание № 2			2					
	6.							4	
2. Маркетинговое изучение спроса и факторов влияющих на спрос									
	1. Методология и практика изучения спроса	4							
	2. Изучение факторов взаимодействия рыночных субъектов в маркетинговых системах	4							
	3. Дискуссия по открытым вопросам к темам 3, 4, 6			0,5					
	4. Практическое задание №3			1					

5. Практическое задание №4			2					
6. Анализ ситуации			2					
7. Деловая игра			2					
8. Промежуточное тестирование по разделу 2			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«			0,5					
4. Анализ ситуации			2					
5. Практическое задание №5			2					
6. Практическое задание №6			4					
7. Практическое задание №7			4					
8. Деловая игра			3					
9. Промежуточное тестирование по разделу 3			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			0,5					
4. Практическое задание №8			2					
5. Анализ ситуации			2					
6. Разработать программы стимулирования сбыт			3					

7.							8	
Bcero	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. Воловиков Б. П. Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа: Монография(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. 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.
- 2.

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 рубрикатору.
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://grebennikon.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.
- 20.
- 21.
- 22.

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 «Управление брендами»:

- 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 Мб, видеоплатами с ОЗУ 32÷512 Мб, минимальным объемом HDD 20 Гб, LCD и CRT мониторами с размером экрана по диагонали 15÷19”.

Программное обеспечение включает в свой состав основные базовые пакеты, работающие под управлением операционных систем WIN-DOWS XP/Vista, 2000/2003 Server, Linux, FreeBSD.

