

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И
РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Красноярский государственный аграрный университет»**

Институт Экономики и управления АПК

Кафедра Менеджмент в АПК

СОГЛАСОВАНО:
Директор ЭиУ АПК
Шапорова З.Е.
«31» 03. 2022г.

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор Красноярский ГАУ
Пыжикова Н.И.
«31» 03. 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Маркетинговый анализ в цифровой среде
ФГОС ВО**

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(шифр – название)

Направленность (профиль) «маркетинг и цифровые коммуникации»
Курс 1

Семестры 2

Форма обучения очно - заочная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2022

Составитель: Антамошкина О.И.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«17»

03

2022г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02
«Менеджмент»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «17» 03 2022г.

Зав. кафедрой_ Далисова Н. А., канд. экон. наук, доцент_

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«17»

03

2022 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института ЭиУ АПК

№ 7 « 21» 03. 2022 г.

Председатель методической комиссии_Рожкова А.В.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«21» 03. 2022 г.

Заведующий выпускающей кафедры по направлению подготовки
Далисова Н. А., канд. экон. наук, доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«21» 03. 2022 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	4
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины	6
4.2. Содержание модулей дисциплины.....	6
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ.....	7
4.4. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	7
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	8
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>9</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	9
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	10
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	10
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	10
6.3 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	10
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	12
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	14
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	15
10.ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД.....	16
11.Изменения	16

Аннотация

Маркетинговый анализ — важная составляющая любых бизнес-процессов с момента выхода компании на рынок. Это не единоразовое мероприятие, которое можно проводить только на старте при запуске бизнеса. Анализ положения дел компании на рынке помогает владельцу бизнеса все время держать руку на пульсе, осознавать текущие тенденции и своевременно устранять проблемы.

Анализ в маркетинге — это возможность принимать взвешенные решения на основании получаемых сведений. Он помогает узнать потребности рынка, чтобы у бизнеса не возникало проблем с реализацией продукции и работой с покупателями. Маркетинговый анализ представляет собой совокупность приемов и методов, направленных на изучение разных аспектов функционирования рынка с целью выработки оптимальной стратегии работы предприятия.

Целью дисциплины является формирование у студентов знаний и навыков в области маркетингового анализа в цифровой среде.

Дисциплина «Маркетинговый анализ в цифровой среде» включена в ОПОП в части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Дисциплина реализуется в институте ЭиУ АПК кафедрой менеджмент в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ПК-5 выпускника.

ПК-5 - Способен самостоятельно осуществить аналитический проект в области менеджмента организации

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены 54 часа контактной работы и 54 часа самостоятельной работы студента, лекционные-18 часов, в том числе в интерактивной форме – 6 часов, практические – 36 часов, в том числе в интерактивной форме –12 часов

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговый анализ в цифровой среде» включена в ОПОП в части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Особенностью дисциплины является знакомство с маркетинговым анализом и его особенностями в цифровой среде.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью дисциплины является формирование у студентов знаний и навыков в области маркетингового анализа в цифровой среде.

Дисциплина «Маркетинговый анализ в цифровой среде» решает ряд задач, направленных на формирование универсальных компетенций – ПК-5.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 1

Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-5 - Способен самостоятельно осуществить аналитический проект в области менеджмента организации	ПК-5.И-1- Определяет информационную базу проекта, организует сбор и проводит обработку эмпирических данных	Знать: Знает факторы, влияющие на эффективность командной работы; Знает основные современные технологии организации деятельности команд Уметь: Умеет определять роль каждого участника команды ; Умеет ставить перед каждым участником команды четко сформулированную задачу с учетом его роли; Умеет составлять планы и графики основных шагов по достижению поставленной перед командой Владеть: организацией и управлением командным взаимодействием в решении поставленных целей; созданием команды для выполнения практических задач; участием в разработке стратегии командной работы; умением работать в команде
	ПК-5.И-2- Осуществляет анализ и представляет его результаты в виде аналитического отчета.	
	ПК-5.И-3- Способен применять методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часа), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудовоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам № 2
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа в том числе:	1,5	54	54
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме			18/6
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в			36/12

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№ 2
интерактивной форме			
Самостоятельная работа (СРС) в том числе:	1,5	54	54
самостоятельное изучение тем и разделов			30
самоподготовка к текущему контролю знаний			15
Подготовка и сдача зачета с оценкой			9
Вид контроля:			Зачет с оценкой

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины				
Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудитор ная работа (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1. Цели и задачи маркетингового анализа. Особенности маркетинга в цифровой среде	48	8	18	22
Модульная единица 1.1 Цели и задачи маркетингового анализа		4	8	12
Модульная единица 1.2 Особенности маркетинга в цифровой среде		4	10	10
Модуль 2 Виды и методы маркетингового анализа	50	10	18	22
Модульная единица 2.1 Методы анализа внешней среды организации		6	8	12
Модульная единица 2.2 Методы анализа мезосреды организации		4	10	10
Зачет с оценкой				
ИТОГО	108	18	36	54

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Цели и задачи маркетингового анализа. Особенности маркетинга в цифровой среде

Модульная единица 1.1 Цели и задачи маркетингового анализа

Формирование оценки и прогноза относительно развития рынка. Определение позиций компании в занимаемом сегменте. Выявление реакции покупателей на маркетинговую политику. Определение степени конкурентоспособности бренда. Коррекция объемов производимой продукции в связи с потребностями рынка. Оценка и прогнозирование действий конкурентов. Выявление потребительских предпочтений.

Модульная единица 1.2 Особенности маркетинга в цифровой среде

Что такое Digital маркетинг. Маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий. Этапы взаимодействия с потребителями в сегментах b2c и в b2b. Оффлайн-каналы в цифровом маркетинге. Эффективность цифрового маркетинга во взаимодействии с потребителями и охватом целевой аудитории. Digital Marketing в продвижении известных брендов.

Модуль 2 Виды и методы маркетингового анализа

Модульная единица 2.1. Методы анализа внешней среды организации

Понятие внешней среды организации. PESTEL-анализ. Р — Политика. Е — Экономика. S — Социокультурная составляющая. Т — Технологии. Е — Экология. L — Правовое поле.

Модульная единица 2.2 Методы анализа мезосреды организации

Внешние факторы, влияющие на деятельность компании. Анализ мезосреды для оценки привлекательности рынка и изучения уровня конкуренции на основании определения покупательского спроса. Инструменты, используемые для анализа мезосреды: «Модель 5 сил конкуренции». Параметры модели 5 сил: представленные на рынке игроки и степень участия; число игроков рынка; уровень развития определенного сегмента; выявление сильных и слабых сторон конкурентов; информация о тратах соперников.

4.3. Лекционные занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Цели и задачи маркетингового анализа. Особенности маркетинга в цифровой среде		зачет с оценкой	8
	Модульная единица 1.1 Цели и задачи маркетингового анализа	Лекция № 1. Определение позиций компании в занимаемом сегменте.	опрос	2
		Лекция № 2 Коррекция объемов производимой продукции в связи с потребностями рынка.	опрос	2
	Модульная единица 1.2 Особенности маркетинга в цифровой среде	Лекция № 3. Маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий.	опрос	2
		Лекция № 4. Эффективность цифрового маркетинга во взаимодействии с потребителями и охватом целевой аудитории.	опрос	2
2.	Модуль 2 Виды и методы маркетингового анализа		зачет с оценкой	10
	Модульная единица 2.1 Методы анализа внешней среды организации	Лекция № 5. Понятие внешней среды организации	опрос	2
		Лекция № 6. PESTEL-анализ	опрос	2
	Модульная единица 2.2 Методы анализа мезосреды организации	Лекция № 7. Анализ мезосреды для оценки привлекательности рынка и изучения уровня конкуренции на основании определения покупательского спроса.	опрос	4
		Лекция № 8. Модель 5 сил конкуренции.	опрос	2
		ИТОГО	зачет с оценкой	18

4.4. Практические занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Цели и задачи маркетингового анализа. Особенности маркетинга в цифровой среде		зачет с оценкой	18
	Модульная единица 1.1 Цели и задачи маркетингового анализа	Занятие № 1. Определение позиций компании в занимаемом сегменте.	Практическое задание	4
		Занятие № 2. Коррекция объемов производимой продукции в связи с потребностями рынка.	Практическое задание, доклад	4
	Модульная единица 1.2 Особенности маркетинга в цифровой среде	Занятие № 3 Маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий.	Решение конкретных ситуаций (Кейс-стади)	6
		Занятие № 4. . Эффективность цифрового маркетинга во взаимодействии с потребителями и охватом целевой аудитории.	Практическое задание	4
2.	Модуль 2 Управление поведением в организации		зачет с оценкой	18
	Модульная единица 2.1 Методы анализа внешней среды организации	Занятие №5. Понятие внешней среды организации	Практическое задание, доклад	4
		Занятие № 6. PESTEL-анализ	Решение конкретных ситуаций (Кейс-стади)	6
	Модульная единица 2.2 Методы анализа мезосреды организации	Занятие № 7. Анализ мезосреды для оценки привлекательности рынка и изучения уровня конкуренции на основании определения покупательского спроса.	Практическое задание	4
		Занятие № 8. Модель 5 сил конкуренции.	Практическое задание, доклад	4
3.	ИТОГО		зачет с оценкой	32

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

В процессе освоения дисциплины используются занятия лекционного типа (18 часов), практические занятия (36 часов). Самостоятельная работа (54 часа) проводится в форме самостоятельного изучения теоретического материала.

Контроль самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям осуществляется с помощью электронного обучающего курса <https://e.kgau.ru/course/view.php?id=7952>. Форма контроля: - зачет с оценкой.

Обучающийся должен готовиться к практическим занятиям: самостоятельно изучать теоретический материал по темам занятия в соответствии с тематическим планом. При подготовке к занятию, обучающемуся следует обратиться к литературе научной

библиотеки ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ». Подготовка к сдаче зачета, а также групповой работе на занятиях подразумевает самостоятельную работу обучающихся в течение всего семестра по материалам рекомендуемых источников (раздел учебно-методического и информационного обеспечения).

Формы организации самостоятельной работы студентов:

– организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.

- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к собеседованию / опросам;
- подготовка докладов;
- выполнение контрольных заданий при самостоятельном изучении дисциплины;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам).

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Текущему контролю знаний			
№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
1	Модуль 1. Цели и задачи маркетингового анализа. Особенности маркетинга в цифровой среде		22
1.	Модульная единица 1.1 Цели и задачи маркетингового анализа	Определение позиций компании в занимаемом сегменте.	2
2.		Коррекция объемов производимой продукции в связи с потребностями рынка.	4
3.		Самоподготовка к текущему контролю знаний	2
4.	Модульная единица 1.2 Особенности маркетинга в цифровой среде	Личность в организации. Мотивация и результативность в организации	4
5.		Формирование группового поведения в организации. Командообразование	4
6.		самоподготовка к текущему контролю знаний	4
2	Модуль 2 Управление поведением в организации		22
7.	Модульная единица 2.1 Методы анализа внешней среды организации	. Понятие внешней среды организации	2
8.		. PESTEL-анализ	4
9.		самоподготовка к текущему контролю знаний	2
10.	Модульная единица 2.2 Методы анализа мезосреды организации	Анализ мезосреды для оценки привлекательности рынка и изучения уровня конкуренции на основании определения покупательского спроса.	4
11.		Модель 5 сил конкуренции.	4
12.		самоподготовка к текущему контролю знаний	4
ВСЕГО			54
Зачет с оценкой			9

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 7

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-5	1-9	1-10	1-10		Зачет с оценкой

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

Обучающимся должны быть доступны рабочие станции с установленным программным обеспечением, которое позволяет работать с текстами, профессиональными справочно-правовыми системами и иными электронными ресурсами (операционная система, текстовый редактор, интернет-браузер). Рекомендуется обеспечить обучающихся и преподавателей доступ к электронным ресурсам образовательного учреждения с домашних рабочих станций посредством сети Интернет, насколько это позволяют технические возможности и нормы гражданского права.

Рекомендуемые электронные библиотечные системы:

1. электронный каталог библиотеки образовательного учреждения;
2. полнотекстовые базы данных этой библиотеки;
3. электронная библиотека диссертаций РГБ;
4. электронная библиотека Издательского Дома "ИНФРА-М";

6.3 Программное обеспечение

1. Windows Russian Upgrade Академическая лицензия №44937729 от 15.12.2008 г.
2. Office 2007 Russian OpenLicensePack Академическая лицензия №44937729 от 15.12.2008 г.
3. Офисный пакет LibreOffice 6.2.1 - Бесплатно распространяемое ПО.
4. ABBYY Fine Reader 10 Corporate Edition, лицензия № FCRC 1100-1002-2465-8755-4238 от 22.02.2012 г;
5. 5. Acrobat Professional Russian 8.0 Academic Edition Band R 1-999, лицензия образовательная № CE 0806966 27.06.2008 г.
6. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition. 1000-1499 Node 2 year Educational License, лицензия 17E0-171204-043145-330-825 с 12.04.2017 до 12.12.2019 г.
7. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition. 1000-1499 Node 2 year Educational License, лицензия 1800-191210-144044-563-2513 с 10.12.2019 г до 17.12.2021 г.
8. Справочная правовая система «Консультант+» - Договор сотрудничества №20175200206 от 01.06.2016 г.
9. Справочная правовая система «Гарант» - Учебная лицензия;
10. Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах - Лицензионный договор №158 от 03.04.2019 г «Антиплагиат ВУЗ».
11. Moodle 3.5.6a (система дистанционного образования) - Бесплатно распространяемое ПО;
12. Библиотечная система «Ирбис 64» (web версия) - Договор сотрудничества.
13. Яндекс (Браузер / Диск) - Бесплатно распространяемое ПО.

Таблица 8

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмент в АПК Направление 38.04.02 Менеджмент Дисциплина Маркетинговый анализ в цифровой среде

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательств о	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимо е количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Лекции, практическ ие занятия	МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебное пособие для вузов	Карпова С. В., Мхитарян С. В., Русин В. Н. ; Под общ. ред. Карповой С. В.	Москва, Юрайт	2022		+	+			https://urait.ru/book/organizacionnoe-povedenie-470080
	МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ: ТЕХНОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ПРОВЕДЕНИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов	Ямпольская Д. О., Пилипенко А. И.	Москва, Юрайт	2022		+	+			https://urait.ru/book/organizacionnoe-povedenie-469756

Директор Научной библиотеки _____ Зорина Р.А.

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра и складывается из оценки за текущий контроль знаний (аттестация) и оценки за работу в семестре. Результаты текущего контроля успеваемости оцениваются по 100-бальной системе. Суммарная оценка складывается из оценок за отдельные виды работ:

1. ответы на занятиях;
2. самостоятельная работа:
 - а) выполнение домашних заданий;
 - б) выполнение практических заданий;
 - в) подготовка докладов и сообщений;
3. решение конкретных ситуаций;
4. экзамен.

Виды текущего контроля: коллоквиум, выполнение практических заданий, решение конкретных ситуаций (кейс-стади)

Промежуточный контроль – зачет с оценкой

Текущие задолженности обучающийся может сдать в указанное преподавателем дополнительное время в формате *доклада, тестирования*. Критерии оценки за ликвидированные задолженности в течение семестра не изменяются.

Рейтинговая система для студентов направления

38.04.02 Менеджмент

дисциплина «Маркетинговый анализ в цифровой среде»

Оценка знаний, умений, навыков и заявленных компетенций студентов проводится с использованием рейтинговой системы. Для получения зачета студенту необходимо набрать 100 баллов, в том числе по модулям:

Дисциплинарные модули (ДМ)	Количество академических часов	Рейтинговый балл
ДМ ₁	54	41
ДМ ₂	54	44
Итоговый контроль (зачет)		15
Итого	108	100

Текущая аттестация студентов проводится в дискретные временные интервалы по дисциплине в следующих формах:

- тестирование по модулям (темам) дисциплины;
- решение задач на практических занятиях;
- решение конкретных ситуаций (кейс-стади).

Оценивание студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем(ями), ведущими семинарские и практические занятия по дисциплине по следующим позициям: выполнение заданий на практических занятиях – 2 балла за одну ситуационную задачу; решение конкретной ситуации – 5 баллов за каждую ситуацию, подготовка реферата и доклада – 5 баллов; зачет/экзамен (проводится в тестовой форме) – 15/20 баллов. Выставление зачета/экзамена проводится по результатам работы студента в течение всего семестра. Общий рейтинг-план дисциплины приведен ниже:

Рейтинг-план 1 семестр

Дисциплинарные модули	Максимально возможный балл по видам работ					Итого баллов
	Текущая работа				Аттестация	
	выполнение заданий на практических занятиях	коллоквиум, опрос	решение конкретных ситуаций (кейс-стади)	Доклад	зачет	
ДМ ₁	16	10	10	5		41
ДМ ₂	16	10	13	5		44
Зачет					15	15
Итого	32	20	23	10	15	100

Промежуточная аттестация по результатам 1 семестра по дисциплине – зачет – проходит в форме итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю (зачету) студенту необходимо набрать по итогам текущей аттестации 45 - 85 баллов.

Критерии оценивания итогового тестирования:

Студент, давший правильные ответы более 87%, получает максимальное количество баллов – 25 баллов;

Студент, давший правильные ответы в пределах 73-86% получает 10 баллов;

Студент, давший правильные ответы в пределах 60-72% получает 5 баллов;

Студент, давший правильные ответы менее, чем на 60% не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на промежуточной аттестации, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и выводится итоговая оценка по зачету по следующим критериям:

60 – 100 – оценка «Зачтено».

Обучающийся, не сдавший зачет, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:
http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория интерактивного обучения – компьютерный класс. На лекциях применяются демонстрационные презентации в программе Power Point. На практических занятиях демонстрируется учебное видео. Учебные видеокейсы предназначены для наглядной демонстрации учебной конкретной ситуации. Записка для преподавателя дополняет учебную конкретную ситуацию методическими рекомендациями по проведению занятия. Раздаточные материалы предоставляют необходимую информацию для работы обучающихся над учебными задачами.

ЛПЗ	Учебная аудитория 4-26 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации г. Красноярск, Стасовой 44и	Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Места для пользователей – 16 Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук Acer Aspire 5, переносной экран на треноге Medium
------------	---	--

		Professional, переносной проектор Epson EB. 2 спилит системы.
СРС	Помещение 1-06 для самостоятельной работы, научная библиотека Красноярского ГАУ, г. Красноярск, ул. Стасовой, 44 Г	Общая площадь – 50,4 кв.м., Места для пользователей – 16. Автоматизированные рабочие места – 8. Компьютер – 8 шт. процессор Core i3-2120, оперативная память 4 гигабайта, жёсткий диск 1 терабайт, монитор жидкокристаллический 22" (1680 x1050) (инвентарный номер: 1101040758, 1101040768, 1101040775, 1101040757, 1101040759, 1101040762, 1101040761, 1101040767), Мультимедийный комплект: проектор Panasonic, экран, Принтер (МФУ) Laser Jet M1212, Гигабитный интернет

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно-групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для магистров – во 2 семестре.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал студентам возможность:

- изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности
- выбора студентом преподавателя для освоения того или иного модуля;
- формирования студентом индивидуальных учебных планов.

Студенты перед началом изучения дисциплины должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценки.

При переходе студента в другой вуз полученные им кредиты и баллы по отдельным модулям зачитываются. Для этого студенту выдается справка о набранных кредитах и баллах, а при официальном запросе – программа освоенного модуля и копии оценочных листов по нему. Оценочные листы балльно-рейтингового контроля подписываются студентом и преподавателем.

Организация изучения курса «Организационное поведение и лидерство» предполагает:

а) для преподавателя:

- глубокое изучение методологических и практических аспектов тематики курса, поиск, переработка современных литературных источников;
- разработку методики изложения курса: систематизация, структурирование материала; подготовку методов и способов контроля знаний;
- постоянную корректировку структуры, содержания курса.

б) для студентов:

- посещение лекций, практических занятий обязательно;
- лекции – основное методическое руководство при изучении дисциплины, оптимальным образом структурированное и соответствующее современному уровню состояния вопроса;
- активная работа на практических занятиях с предварительной самостоятельной подготовкой на основе материала лекций, основной и дополнительной литературы

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья слуху:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Таблица 12

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:

ФИО, ученая степень, ученое звание

Антамошкина О.И.
(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу по дисциплине
«Маркетинговый анализ в цифровой среде»
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программы в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональным стандартам для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Дисциплина Маркетинговый анализ в цифровой среде является элементом учебного плана по подготовке обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области управления репутацией организации с целью выработки соответствующих административно-управленческих решений.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у обучающихся и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине Маркетинговый анализ в цифровой среде по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Лобков Константин Юрьевич
канд.экон.наук, доцент,
директор института Инженерной экономики
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф.Решетнева

