

**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

**Стратегический маркетинг в цифровой среде
ФГОС ВО**

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(шифр – название)

Направленность (профиль) «маркетинг и цифровые коммуникации»

Курс 2

Семестры 3, 4

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	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ	8
4.4. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	12
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i> 12	
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ.....	13
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9)	13
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»)	13
6.3 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	14
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	15
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	17
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	18
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	18
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	18
10.ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД	20
11.Изменения.....	20

Аннотация

Дисциплина «Стратегический маркетинг в цифровой среде» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой менеджмента в АПК.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с особенностями и методами стратегического маркетинга, его принципами, процессом разработки маркетинговой стратегии предприятия.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета с оценкой, экзамена и промежуточный контроль в форме тестов, контрольных работ, опросов, коллоквиумов.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции ПК-5 выпускника.

ПК-1 - способен формировать маркетинговые стратегии организации;

ПК-2 - способен разрабатывать стратегии продвижения организации, осуществляет контроль за реализацией стратегии в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены 84 часа контактной работы и 96 часов самостоятельной работы студента, лекционные-34 часов, в том числе в интерактивной форме – 10 часов, практические – 50 часов, в том числе в интерактивной форме –16 часов.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Стратегический маркетинг 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 маркетинговыми стратегиями и их 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 стратегического маркетинга в цифровой среде.

Дисциплина «Стратегический маркетинг в цифровой среде» решает ряд задач, направленных на формирование профессиональных компетенций – ПК-1, ПК-2.

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
---	--	---

Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 - способен формировать маркетинговые стратегии организации	ПК-1.ИД-1 - Способен развивать стратегические системы для выполнения маркетинговых функций в организации	Знать: - концепцию стратегического маркетинга - методы и модели принятия решений в стратегическом маркетинге Уметь: - использовать различные стратегии маркетинга для решения задач на целевом рынке Владеть: - категориями стратегического маркетинга
	ПК -1.ИД-2 - Организует работу в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности	
ПК-2 - способен разрабатывать стратегии продвижения организации, осуществляет контроль за реализацией стратегии в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-2. ИД-1 –Составляет систему показателей и разрабатывает этапы реализации стратегии продвижения	Знать: -методы стратегического маркетингового анализа внешней среды организации; методы стратегического маркетингового анализа внутренней среды организации - методы и технологии конкурентного анализа и оценки конкурентных преимуществ Уметь: - применять результаты маркетинговых исследований для разработки стратегий по товарному ассортименту, ценам, сбыту, рекламе, сервису Владеть: - методами разработки маркетинговых стратегий
	ПК-2.ИД-2 -Планирует работу по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии;	
	ПК-2.ИД-3 -Вносит оперативные изменения с учетом выявленных причин расхождений	

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач. ед. (216 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 1	№ 2
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	6	216	72	144
Контактная работа в том числе:	2,3	84	36	48
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме			18/6	16/4
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме			18/6	32/10
Самостоятельная работа (СРС) в том числе:	2,7	96	36	60
самостоятельное изучение тем и разделов			12	30
самоподготовка к текущему контролю знаний			12	30
Подготовка и сдача зачета с оценкой, экзамена			12	36
Вид контроля:			Зачет с оценкой	Экзамен

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоёмкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1 Система маркетинговых стратегий предприятия и ее особенности в цифровой среде	72	18	18	36
Модульная единица 1.1 Стратегии корпоративного уровня	20	6	6	8
Модульная единица 1.2 Функциональные стратегии	20	6	6	8
Модульная единица 1.3 Инструментальные стратегии	20	6	6	8
Подготовка и сдача зачета с оценкой	12			12
Модуль 2 Корпоративные маркетинговые стратегии	54	8	16	30
Модульная единица 2.1 Портфельные стратегии	22	4	8	10
Модульная единица 2.2 Стратегии роста	16	2	4	10

Модульная единица 2.3 Конкурентные стратегии	16	2	4	10
Модуль 3 Функциональные стратегии маркетинга	54	8	16	30
Модульная единица 3.1 Сегментация рынка. Выбор сегмента	22	4	8	10
Модульная единица 3.2 Позиционирование и перепозиционирование	16	2	4	10
Модульная единица 3.3 Стратегии комплекса маркетинга	12	2	4	10
Подготовка и сдача экзамена	36			36
ИТОГО	216	36	36	72

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1 Система маркетинговых стратегий предприятия и ее особенности в цифровой среде

Модульная единица 1.1 Стратегии корпоративного уровня

Общая характеристик корпоративных маркетинговых стратегий. Портфельные стратегии, Стратегии роста. Конкурентные стратегии. Особенности разработки корпоративных стратегий в цифровой среде.

Модульная единица 1.2 Функциональные стратегии

Стратегии сегментирования. Стратегии позиционирования. Особенности разработки функциональных стратегий маркетинга в цифровой среде.

Модульная единица 1.3 Инструментальные стратегии

Маркетинговые инструменты: продукт, цена, распределение и продвижение. Стратегии в отношении отдельных маркетинговых инструментов и их особенности в цифровой среде.

Модуль 2 Корпоративные маркетинговые стратегии

Модульная единица 2.1. Портфельные стратегии

Бостонская матрица. Матрица Джи-И-Маккензи. Особенности разработки портфельных стратегий в цифровой среде.

Модульная единица 2.2 Стратегии роста

Матрица Ансоффа. Стратегии проникновения. Стратегии развития рынка. Стратегии развития товара. Стратегии диверсификации. Особенности формирования стратегий роста в цифровой среде.

Модульная единица 2.3 Конкурентные стратегии

Конкурентные стратегии по М.Портеру. Лидерство в издержках. Стратегии дифференциации. Работа в нише. Особенности разработки конкурентных стратегий в цифровой среде.

Модуль 3 Функциональные стратегии маркетинга

Модульная единица 3.1 Сегментация рынка.

Необходимость сегментации. Методы сегментации. Выбор сегмента. Сегментация в цифровой среде.

Модульная единица 3.2 Позиционирование и перепозиционирование

Критерии позиционирования. Стратегии позиционирования. Этапы позиционирования. Позиционирование в цифровой среде.

Модульная единица 3.3 Стратегии комплекса маркетинга

Стратегии комплекса маркетинга в цифровой среде.

4.3. Лекционные занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Система маркетинговых стратегий предприятия		Зачет с оценкой	18
	Модульная единица 1. Стратегии корпоративного уровня	Лекция № 1. Стратегии корпоративного уровня	опрос	6
	Модульная единица 2. Функциональные стратегии	Лекция № 2. Функциональные стратегии	опрос	6

	Модульная единица 3. Инструментальные стратегии	Лекция № 3. Инструментальные стратегии	опрос	6
2.	Модуль 2. Корпоративные маркетинговые стратегии		экзамен	8
	Модульная единица 4. Портфельные стратегии	Лекция 4. Портфельные стратегии	опрос	4
	Модульная единица 5. Стратегии роста	Лекция 5. Стратегии роста	опрос	2
	Модульная единица 6. Конкурентные стратегии	Лекция 6. Конкурентные стратегии	опрос	2
3.	Модуль 3 Функциональные стратегии маркетинга		экзамен	8
	Модульная единица 7. Сегментация рынка. Выбор сегмента	Лекция 7. Сегментация рынка. Выбор сегмента	опрос	4
	Модульная единица 8. Позиционирование и перепозиционирование	Лекция 8. Позиционирование и перепозиционирование	опрос	2
	Модульная единица 9. Стратегии комплекса маркетинга	Лекция 9. Стратегии комплекса маркетинга	опрос	2
	Итого		Экзамен	36

4.4. Практические занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Система маркетинговых стратегий предприятия		Зачет с оценкой	18
	Модульная единица 1.1 Стратегии корпоративного уровня	Занятие № 1. Связь корпоративных и маркетинговых стратегий	опрос	4
		Занятие № 2. Корпоративная модель	Опрос	4

		стратегического планирования		
	Модульная единица 1.2. Функциональные стратегии	Занятие № 3. Выбор и разработка целевого рынка	Опрос	2
		Занятие № 4. Понятие и основные подходы к сегментации рынка	Опрос	2
	Модульная единица 1.3. Инструментальные стратегии	Занятие № 5. Товарные стратегии	Опрос	2
		Занятие № 6. Ценовые стратегии	Опрос	2
2	Модуль 2. Корпоративные маркетинговые стратегии		Экзамен	16
	Модульная единица 2.1 Портфельные стратегии	Занятие № 7. Модель анализа бизнес-портфеля «Бостон Консалтинг Групп» (БКГ)	Опрос	4
		Занятие № 8. Методика анализа портфеля по общей портфельной матрице	Опрос	4
	Модульная единица 2.2. Стратегии роста	Занятие № 9. Модель возможностей развития товара/рынка И. Ансоффа	Опрос	2
		Занятие № 10. Матрица внешних приобретений	Опрос	2
	Модульная единица 2.3 Конкурентные	Занятие № 11. Методика анализа конкурентных Занятие № 12. Модель реакции конкурентов	Опрос	2 2
3.	Модуль 3 Функциональные стратегии маркетинга		Экзамен	16
	Модульная единица 3.1 Сегментация рынка. Выбор сегмента	Занятие № 13. Этапы сегментации рынка	Опрос	4
		Занятие № 14. Методика процесса сегментации	Опрос	4
	Модульная единица 3.2. Позиционирование и перепозиционирование	Занятие № 15. Выбор критериев позиционирования	Опрос	2
		Занятие № 16. Процесс перепозиционирования	Опрос	2
	Модульная единица 3.3 Стратегии комплекса	Занятие № 17. Стратегии разработки нового товара	Опрос	2

	маркетинга			
		Занятие № 18. Установление цены на новый товар	Опрос	2
	Итого		Экзамен	36

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

В процессе освоения дисциплины используются занятия лекционного типа (34 часа), практические занятия (50 часов). Самостоятельная работа (96 часов) 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, экзамен.

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

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1.	Модуль 1		36
1.1	Модульная единица 1	Использование маркетинга как средства поддержания и стимулирования продаж в рамках бизнес-ориентации PRODUCT OUT	8
1.2	Модульная единица 2	Использование маркетинга как средства формирования лояльности потребителей и создания нематериального капитала в рамках бизнес-ориентации MARKET IN	8
1.3	Модульная единица 3	Соотношение классических концепций управления маркетингом и бизнес-ориентации	8
	Итого	Зачет с оценкой	12
2	Модуль 2		30
2.1	Модульная единица 4	Понятие и структура анализа маркетинговой среды предприятия	10

2.2	Модульная единица 5	Качественные и количественные методики проведения SWOT-анализа	10
2.3	Модульная единица 6	Конкурентная среда и принципы ее анализа	10
3	Модуль 3		30
3.1	Модульная единица 7	Формирование потребителей в маркетинге	10
3.2	Модульная единица 8	Моделирование поведения индивидуальных потребителей	10
3.3	Модульная единица 9	Оценка возможностей развития продаж на основе показателя емкости рынка	10
	Подготовка к текущему контролю знаний		8
	Подготовка к экзамену		36
ВСЕГО			96

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-1	1-9	1-10	1-10		Зачет с оценкой, Экзамен
ПК-2	1-9	1-10	1-10		

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). Рекомендуются 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 ЛИТЕРАТУРОЙКафедра Менеджмент в АПК Направление 38.04.02 Менеджмент Дисциплина Стратегический маркетинг в цифровой среде

Вид занятий	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Лекции, практические занятия	Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов	Н. П. Реброва	Москва, Юрайт	2021		+	+			https://urait.ru/bcode/471244
	Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов	Н. А. Пашкус [и др.]	Москва, Юрайт	2020		+	+			https://urait.ru/bcode/451203
	Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов	А. А. Овсянников	Москва, Юрайт	2021		+	+			https://urait.ru/bcode/472956
	Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов	А. А. Овсянников	Москва, Юрайт	2021		+	+			https://urait.ru/bcode/473419

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 «Стратегический маркетинг 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 Итоговый контроль (зачет с оценкой)	72	30
ДМ ₂	72	30
ДМ ₃	72	20
Итоговый контроль (экзамен)	36	10
Итого	216	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	8	5	6	2		22
ДМ ₃	8	5	7	3		22
Экзамен					15	15
Итого	32	20	23	10	15	100

Промежуточная аттестация по результатам 3 семестра по дисциплине – зачет с оценкой – проходит в форме итогового тестирования, по результатам 4 семестра – экзамен – проходит в форме собеседования.

Для допуска к промежуточному контролю (зачету и экзамену) 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:

Оценивание собеседования осуществляется по следующим критериям:

Оценка	Критерии оценки промежуточного контроля	Эквивалент в баллах
«отлично»	Высокий уровень (полное и глубокое изучение студентом круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, с освоением всех	10

	планируемых компетенций)	
«хорошо»	Продвинутый уровень (полное изучение студентом круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, с освоением всех планируемых компетенций)	8
«удовлетворительно»	Пороговый уровень (изучение студентом круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, с освоением всех планируемых компетенций)	5
«не удовлетворительно»	(недостаточное изучение студентом круга вопросов, определенных тематическим планом дисциплины, не освоение или не полное освоение компетенций)	0

Обучающийся, не сдавший экзамен, 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 потоочно-групповой системы обучения. При потоочно-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 по 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 дисциплины
«Стратегический маркетинг в цифровой среде»
для направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Рабочая программа по дисциплине «Стратегический маркетинг в цифровой среде» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» составлена в соответствии со стандартом ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

В данной программе определены цели и задачи данной учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить магистранты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым они должны обладать по каждой из перечисленных тем.

Программа отвечает современным требованиям к обучению и практическому овладению прикладными методами менеджмента и отражает современные тенденции в обучении и воспитании личности.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся.

Программа содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования качественной подготовки учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть магистр, показано распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины. Предложенная программа проведения практических занятий позволяет достичь заявленной цели - сформировать необходимые компетенции у студентов и подготовить их к изучению дисциплин, опирающихся на данную дисциплину.

Содержание программы соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» и может быть рекомендована к использованию в учебном процессе.

Рецензент:
Директор
ООО «КРЕСТЬЯНЕ»
канд. экон. наук



Т.А. Мартынова