

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭиУ
И.Н. Сычева

Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: Б1.В.12 «Промышленный маркетинг»

Код и наименование направления подготовки (специальности): 38.04.02
Менеджмент

Направленность (профиль, специализация): Производственный менеджмент

Статус дисциплины: часть, формируемая участниками образовательных
отношений

Форма обучения: очная

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	Г.Е. Родина
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиПМ»	В.А. Любичкая
	руководитель направленности (профиля) программы	В.А. Любичкая

г. Барнаул

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-2	Способен планировать деятельность предприятия с использованием проектного и программно-ориентированного подходов	ПК-2.1	Демонстрирует знание методик проектного и программно-ориентированного планирования
ПК-3	Способен оценивать и анализировать эффективность проектных решений	ПК-3.1	Рассчитывает показатели эффективности проектных решений
		ПК-3.2	Анализирует проектные решения в соответствии с заданными критериями

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Основы промышленной политики, Психология и социальные коммуникации
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика, Производственная логистика и управление промышленными цепями поставок, Разработка инновационных стратегий промышленного предприятия

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 3 / 108

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очная	12	0	12	84	37

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Форма обучения: очная

Семестр: 3

Лекционные занятия (12ч.)

- 1. Маркетинговая диагностика внешней и внутренней среды промышленного предприятия как предшествующий этап проектирования маркетинговых решений {с элементами электронного обучения и дистанционных образовательных технологий} (4ч.)[2,5,6,7] Методы и технологии предпроектного анализа внешней среды, прогнозирования спроса и сбыта продукции, маркетинговых возможностей промышленного предприятия. Методы проведения маркетингового исследования. Методы расчета основных показателей рыночной конъюнктуры. Модель поведения потребителей на рынке промышленной продукции. Нормативно-правовые базы для маркетинговых действий. Технологии бенчмаркинга.**
- 2. Стратегическое и тактическое маркетинговое планирование на промышленном предприятии {беседа} (4ч.)[4,7] Стратегическое и тактическое планирование и проектирование маркетинговой деятельности промышленного предприятия с использованием проектного метода и программно-ориентированного подхода. Формирование проектных решений в области совершенствования товарной и ценовой политики, в области совершенствования систем сбыта и продаж, продвижения промышленной продукции.**
- 3. Система управления и маркетингового контроля на промышленном предприятии {беседа} (4ч.)[4,5] Построение системы маркетингового клиентоориентированного управления промышленным предприятием. Адаптация организационных структур управления к решению проектных задач в области маркетинговой деятельности. Сравнительный анализ методик и технологий по оцениванию и анализу эффективности проектных решений в области маркетинговых задач.**

Практические занятия (12ч.)

- 1. Маркетинговая диагностика внешней и внутренней среды промышленного предприятия как предшествующий этап проектирования маркетинговых решений {имитация} (2ч.)[1,2] Методы прогнозирования сбыта промышленной продукции**
- 2. Маркетинговая диагностика внешней и внутренней среды промышленного предприятия как предшествующий этап проектирования маркетинговых решений(4ч.)[1,2] Расчет показателей конъюнктуры товарных промышленных рынков**
- 3. Стратегическое и тактическое маркетинговое планирование на промышленном предприятии(4ч.)[3] Расчет показателей эффективности проектных решений в области товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной маркетинговой политики.**

4. Система управления и маркетингового контроля на промышленном предприятии {дискуссия} (2ч.)[4,5,6,7] Проведение опроса. Дискуссия на тему: Особенности промышленного маркетинга и новые маркетинговые технологии в информационном обществе

Самостоятельная работа (84ч.)

1. Подготовка к лекционным занятиям(24ч.)[4,5]
2. Подготовка к практическим занятиям(24ч.)[1,2,3]
3. Самостоятельное изучение теоретического материала(12ч.)[4,5,6,7]
4. Подготовка к выступлению на семинаре(12ч.)[4,5,6]
5. Подготовка к зачету, сдача зачета(12ч.)[4,5,6,7]

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечным системам: Лань, Университетская библиотека он-лайн, электронной библиотеке АлтГТУ и к электронной информационно-образовательной среде:

1. Родина Г.Е. Методические указания к контрольной работе по дисциплине

«Промышленный маркетинг» для студентов направления 38.04.02 «Менеджмент»

(магистратура) заочной формы обучения / Г.Е Родина; Алт. гос. техн. ун-т им. И.И.

Ползунова. - Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2020. - 26 с. Режим доступа: http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Rodina_PromMarketingMag_kr_mu.pdf

2. Родина Г.Е. Маркетинговый анализ конъюнктуры товарного рынка. Методические указания для расчетного задания по дисциплине "Маркетинг" для направления Менеджмент всех форм обучения. / Г.Е. Родина / Алт. гос. техн. ун-т. им. И.И.Ползунова. - Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2020. - 26 с. Режим доступа:

http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Rodina_MAKTR_rz_mu.pdf

3. Мачин К. А. Маркетинг: сборник кейсов : Практикум / К. А. Мачин; Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова. - Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2016. - 83 с. Режим доступа: http://elib.altstu.ru/eum/download/eipm/Machin_markt_case.pdf

6. Перечень учебной литературы

6.1. Основная литература

6.1. Основная литература

4. Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2017. – 289 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776> (дата обращения: 23.12.2020). – ISBN 978-5-7410-1642-8. – Текст : электронный.

5. Давыденко, Е.А. Маркетинг в информационном обществе=MARKETING IN THE INFORMATION SOCIETY : учебное пособие : [16+] / Е.А. Давыденко, М.А. Евневич. – Москва : Креативная экономика, 2018. – 169 с. : табл., граф., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917> (дата обращения: 23.12.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-91292-228-2. – DOI 10.18334/9785912922282. – Текст : электронный.

6.2. Дополнительная литература

6. Чернопятов, А.М. Бенчмаркинг : учебное пособие / А.М. Чернопятов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 154 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496622> (дата обращения: 23.12.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-2760-0. – DOI 10.23681/496622. – Текст : электронный.

7. Чернопятов, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259> (дата обращения: 23.12.2020). – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст : электронный.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

8. Энциклопедия маркетинга - www.marketing.spb.ru
9. Федеральный портал «Российское образование» [http:// www. edu.ru](http://www.edu.ru)
10. Сайт Института исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка [http:// www.itkor.ru](http://www.itkor.ru)
11. Сайт Федеральной антимонопольной службы [http:// www.fas.ru](http://www.fas.ru)
12. Электронный журнал о маркетинге и рекламе - www.4p.ru
13. Сайт Федеральной службы государственной статистики России [http:// www.rosstat.gov.ru](http://www.rosstat.gov.ru)
14. Некоммерческое партнерство гильдия маркетологов - <https://www.marketologi.ru/>
15. Электронный журнал Маркетолог <http://www.marketolog.ru/>
16. Журнал Практический маркетинг <https://www.bci-marketing.ru>

8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	LibreOffice
2	Windows
3	Антивирус Kaspersky

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Национальная электронная библиотека (НЭБ) – свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. (http://нэб.рф/)

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».