

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_МАКТР_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_market_case.pdf

6. Перечень учебной литературы

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>
11. Сайт Федеральной антимонопольной службы <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>
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.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) по дисциплине представлен в приложении А.

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	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы (http://Window.edu.ru)
2	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».