

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 КОНТРОЛЛИНГ В МАРКЕТИНГЕ

Объем трудоемкости:

для студентов ОФО: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 22 часа аудиторной нагрузки: лекционных 10 ч., практических 12 ч., 85,8 часов самостоятельной работы)

для студентов ЗФО: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 20 часов аудиторной нагрузки: лекционных 4 ч., практических 16 ч.; 84 часов самостоятельной работы; контроль – 3,8 часов)

Цель дисциплины:

1) интеллектуализация процесса анализа рынков в глобальной среде, постановки проблем развития корпорации и поиска наиболее рациональных и гармоничных управленческих решений в области маркетинговой деятельности;

2) добиться глубокого понимания студентами необходимости формирования подсистемы знания и сервисного информационно-аналитического обслуживания системы менеджмента корпорации;

3) изучить цели, задачи, методы контроллинга в маркетинге;

4) сформировать у студентов компетенции по применению методов контроллинга для информационно – аналитического и методического обеспечения решения прикладных суперстратегических, стратегических проблем и тактических задач управления маркетингом в современных корпорациях.

Основная цель данной дисциплины - дать студентам необходимую сумму знаний по информационно - аналитическому обеспечению маркетинговой деятельности и организации системы управления ею.

Учебная дисциплина направлена на формирование у обучающихся целостной технологии формирования целевого сегмента рынка корпорации и технологии продвижения, ценообразования, распределения продуктов и услуг на рынке, а также управления маркетинговой деятельностью.

Особое внимание уделено освещению содержанию функций маркетинга и планированию маркетинговой деятельности и управлению службой маркетинга корпорации.

Задачи дисциплины

Для достижения целей решаются следующие задачи изучения дисциплины:

Теоретическая компонента

1) изучение особенностей сущности, функций и роли контроллинга маркетинга в системе менеджмента корпорации экономики знания;

2) выделение проблемы и задачи неструктурированного и слабоструктурированного типов, решаемые стратегическим и оперативным контроллингом маркетинга применительно к инновационному развитию на постиндустриальном этапе развития экономики;

3) рассмотрение компетенции контроллера по формированию подсистемы контроллинга маркетинга и основные положения методики ее внедрения.

Познавательная компонента

1) приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения актуальных задач маркетинга в корпорации с применением методов контроллинга;

Практическая компонента

2) формирование у студентов аналитических компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении современных подходов, методов и моделей контроллинга в маркетинговом управлении

3) развитие у студентов индивидуального потенциала, способностей к творческому, системному и рыночному мышлению.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 Контроллинг в маркетинге относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Предшествующие дисциплины: Основы контроллинга, Стратегический и оперативный контроллинг, Современный стратегический анализ.

В свою очередь, изучение дисциплины обеспечивает возможность успешного освоения студентами следующих дисциплин основной образовательной программы: Контроллинг в малом бизнесе, Управление фирмой, Контроллинг нематериальных активов, Инструменты реализации стратегии, а также прохождения производственной практики и выполнения курсовой работы №3.

Требования к уровню освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных/общепрофессиональных/профессиональных компетенции (ОК/ОПК/ПК): ПК-2; ПК-5

Код	Формируемая компетенция	Этапы формирования компетенции	Содержание этапа формирования компетенции
ПК-2	Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	Начальный этап (знания)	Знать: сущность менеджмента организации, основные функции менеджмента: планирование, организацию, мотивацию, контроль процессов; основные методы и подходы проведения стратегического анализа при выработке корпоративной стратегии; методики анализа конкурентов, собственного внутреннего потенциала компании, сегментации рынка, отраслевой структуры.
		Продвинутый этап (навыки)	Уметь: управлять развитием организации; применять основные функции менеджмента в профессиональной деятельности; выявлять факторы конкурентного преимущества, идентифицировать и оценивать ресурсы компании; применять методы стратегического анализа в практической деятельности; проводить стратегический анализ.
		Завершающий этап (умения)	Владеть: приемами, способствующими реализовать основные функции менеджмента: планирование, организацию, мотивацию, контроль процессов, осуществляемых в организации; методикой построения организационно- управленческих моделей; подходами к постановке целей компании; навыками оценки и анализа внутреннего ресурсного потенциала, внешней конкурентной среды; методами и приемами проведения стратегического анализа при выработке стратегии.
ПК-5	Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	Начальный этап (знания)	Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; модели поведения экономических агентов и рынков; основные элементы процесса стратегического управления и альтернативы стратегий развития.
		Продвинутый этап (навыки)	Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; оценивать принимаемые решения с точки зрения их влияния на финансовые результаты и финансовое положение корпорации.
		Завершающий этап (умения)	Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; навыками экономического и стратегического анализа для принятия управленческих решений; методикой построения организационно-управленческих моделей.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ (для студентов очной формы обучения):

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		9	A	B	
Контактная работа, в том числе:	22,2			22,2	
Аудиторные занятия (всего):	22			22	
Занятия лекционного типа	10			10	
Лабораторные занятия					
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12			12	
Курсовая работа					
Иная контактная работа:	0,2			0,2	
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			0,2	
Самостоятельная работа, в том числе:	85,8			85,8	

Курсовая работа					
Проработка учебного (теоретического) материала		83,8		83,8	
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)					
Реферат					
Подготовка к текущему контролю		2		2	
Контроль:					
Подготовка к экзамену					
Общая трудоемкость	час.	108		108	
	в том числе контактная работа	22,2		22,2	
	зач. ед	3		3	

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часа), их распределение по видам работ (для студентов заочной).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			9	А	В	С
Контактная работа, в том числе:		20,2			10	10,2
Аудиторные занятия (всего):						
Занятия лекционного типа					2	2
Лабораторные занятия						
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)					8	8
Иная контактная работа:		0,2				0,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)						0,2
Промежуточная аттестация (ИКР)						
Самостоятельная работа, в том числе:		84			62	22
Курсовая работа						
Проработка учебного (теоретического) материала		82			62	20
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)						
Реферат						
Подготовка к текущему контролю		2				2
Контроль:		3,8				3,8
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	108			72	36
	в том числе контактная работа	20,2			10	10,2
	зач. ед	3			2	1

Курсовая работа: не выполняется

Вид аттестации: экзамен

Основная литература:

1. Контроллинг в системном управлении организацией: хрестоматия ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т ; сост. Д. В. Ермоленко, А. С. Копысова ; под ред. В. В. Ермоленко]. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2011. - 306 с.
2. Вебер, Юрген. Введение в контроллинг [Текст] : пер. с нем. / Ю. Вебер, У. Шеффер ; [под ред. и с предисл. С. Г. Фалько]. - Москва : НП "Объединение контроллеров", 2014. - 412 с.
3. Контроллинг на промышленном предприятии [Текст] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 220700 "Организация и управление наукоемкими производствами" специальности 220701 "Менеджмент высоких технологий" / [А. М. Карминский и др.] ; под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2013. - 301 с.
4. Синяева И.М. Контроллинг в маркетинге как элемент формулы успеха предпринимательства // <http://studyspace.ru/marketing-2008-g./kontrolling-v-marketinge-kak-element-formulyi-uspeha-predprinimatel-6.html>
5. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 186 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

— ISBN 978-5-9916-9092-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/877B0C3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8.

6. *Голубков, Е. П.* Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 474 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3301-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4.

Автор: доцент кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов, канд. экон. наук, доцент Д. В. Ланская