

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДЭ.02.01 «Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

1.1 Цель освоения дисциплины заключается в формировании у обучающихся системного представления освоение магистрантами методов и инструментов маркетинга консалтинговых услуг и продуктов; ориентация лиц, имеющих начальную аналитико-экономическую подготовку, на углубленное изучение современных методологических подходов и методов, применяемых в процессе подготовки, принятия и реализации эффективных управленческих решений, расширению знаний по современным оптимизационным методам в маркетинге консалтинговых услуг и моделям прогнозирования, формировании навыков их практического применения в консалтинговых компаниях.

1.2 Задачи дисциплины

формирование знаний основных теоретических положений, концепций, методологических подходов, определяющих структуру и логику подготовки и реализации маркетинговых программ в консалтинговых компаниях с учетом особенностей консалтинговых услуг и продуктов;

формирование умений и навыков практики стратегического и тактического маркетинга с целью продвижения услуг и продуктов консалтинговых компаний в Интернете;

обоснования ключевых факторов успеха маркетинговых программ консалтинга ;

изучение методов сбора, анализа и интерпретации полученной в ходе исследования информации;

развитие навыков применения основных инструментальных средств и технологий сбора, анализа и представления маркетинговых исследований рынка консалтинговых услуг , формирование знаний методов проведения исследований в области менеджмента, умений и навыков обоснования актуальности избранной темы исследования с применением современных управленческих решений, моделей и алгоритмов их реализации

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов» относится к элективной части Блока 2 "Элективные дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет. Предшествующие дисциплины для изучения данной дисциплины: «Бизнес-модели и стратегическое управление», «Информационно-аналитические системы в менеджменте», «Теория и практика межкультурных коммуникаций», «Теория и методология современного маркетинга», «Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование», «управление персоналом». Знания, полученные в процессе освоения дисциплины, послужат базой для изучения дисциплин «Управление изменениями в VUCA-мире», «Научно-исследовательский семинар», «Научно-исследовательская работа».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИПК-3.1	<i>Знает</i> методы проведения деловых переговоров

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	с использованием инструментов Интернет - маркетинга
	<i>Умеет</i> анализировать получаемую от заказчика исследования информацию и выявлять его ожидания и требования
	<i>Владеет</i> навыками Определения целей продвижения продуктов и услуг в сети интернет
ИПК-3.4 Формирует и обосновывает бюджет продвижения информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<i>Знает</i> методы и особенности расчетов бюджета проекта по продвижению продуктов и услуг в цифровой среде
	<i>Умеет</i> вычислять экономический эффект от реализации исследовательских результатов для стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
	<i>Владеет</i> навыками Оценки финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения консалтингового проекта в сфере маркетинга
ИПК-3.5 Демонстрирует способность использовать инструменты контроля стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<i>Знает</i> основные методики контроля результатов стратегии продвижения в Интернет –сети
	<i>Умеет на основе консалтингового проекта</i> взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта
	<i>Владеет</i> способностями для осуществления контроля за реализацией консалтингового проекта
ИПК-3.6 Демонстрирует способность использовать методы формирования отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети	<i>Знает</i> методы и алгоритм формирования отчетности для заказчика по консалтинговым проектам
	<i>Умеет</i> согласовывать отчеты для заказчика в рамках выполненного консалтингового проекта

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
«Интернет»	<i>Владеет навыками</i> корректировки стратегии продвижения консалтингового проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» совместно с заказчиком

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		заочная	
		1 семестр (часы)	2 семестр (часы)	1 семестр (часы)	2 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:			24, 2	18	10,3
Аудиторные занятия (всего):			24		
занятия лекционного типа			6		
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия			18		
Иная контактная работа:			0, 2		
КРП					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			0,2		
Самостоятельная работа, в том числе:			47,8		
Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)					
Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)					
Реферат/эссе (подготовка)			13		
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям и т.д.)			34, 8		
Подготовка к текущему контролю					
Контроль:					
Подготовка к зачету					
Общая трудоемкость	час.		72		
	в том числе контактная работа		24,2		
	зач. ед		2		

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Особенности маркетинга консалтинговых услуг..	14	2	2		10
2.	История возникновения консалтинга и карта рынка консалтинга.	14	2	2		10
3.	Ключевые факторы успеха консалтинга и стратегия развития. Постановка системы маркетинга в консалтинговых компаниях	14	2	2		10
4.	Практика стратегического и тактического маркетинга для консалтинговых компаний	8		4		4
5.	Мотивация консультантов для участия в маркетинговых программах .	6		4		4
6.	Каналы привлечения клиентов для консалтинга и продвижения консалтинговых услуг и продуктов в сети интернет.	13, 8		4		9,, 8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	71,8	6	18		47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор: д.э.н., профессор Воронина Л.А.