

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Б1.О.11 УПРАВЛЕНИЕ И КОНТРОЛЛИНГ В МАРКЕТИНГЕ»

Объем трудоемкости: 108 час = 3 зачетных единицы.

1.1 Цель дисциплины: изучение методологических основ контроллинга как функционально обособленного направления экономической работы организации, связанного с реализацией финансово-экономической и маркетинговой функций в менеджменте, обеспечивающей принятие оперативных и стратегических управленческих решений.

Задачи дисциплины:

- изучение сущности контроллинга как концепции системного управления организацией;
- изучение особенностей сущности, функций и роли контроллинга маркетинга в системе менеджмента корпорации экономики знаний;
- формирование умения и навыков использования основных инструментов контроллинга для принятия управленческих решений.
- интеллектуализация процесса анализа рынков в глобальной среде, постановки проблем развития корпорации и поиска наиболее рациональных и гармоничных управленческих решений в области маркетинговой деятельности;
- приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения актуальных задач маркетинга в корпорации с применением методов контроллинга;
- добиться глубокого понимания студентами необходимости формирования подсистемы знаний и сервисного информационно-аналитического обслуживания системы менеджмента корпорации;
- формирование компетенции по применению методов контроллинга для информационно-аналитического и методического обеспечения решения прикладных стратегических проблем и тактических задач управления маркетингом в современных организациях.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Корпоративная культура» относится к Блока 1 «Обязательная часть» "Дисциплины (модули)" учебного плана. Изучается она на первом курсе на заочной форме обучения, и базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных в бакалавриате и специалитете. В свою очередь она обеспечивает изучение следующих дисциплин: корпоративные финансы и инвестиции, методы стратегического и оперативного контроллинга, инновационная экосистема компании, управление конкурентными преимуществами и инструменты реализации системы стратегий компании, управление изменениями в бизнесе. Учебная программа дисциплины «Управление и контроллинг в маркетинге» предусматривает проведение занятий в форме лекций и практических работ. Она подготовлена в соответствии требованиями, предъявленными с требованиями ФГОС ВО 3++.

Достижение этой цели сопровождается раскрытием перед студентами значения экономики в развитии современного общества. В ходе обучения студенты должны научиться сознательно и рационально использовать возможности, компьютерной техники для решения задач профессиональной деятельности.

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:

Требования к уровню освоения дисциплины

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ОПК-3.1 Владеет методами менеджмента и анализом данных динамичной среды	<p>Знает основные методы менеджмента и контроллинга в маркетинге как современной концепции управления организаций; основные параметры системного отношения к базовым принципам функционирования организации.</p> <p>Умеет использовать современные методы менеджмента и контроллинга в маркетинге, а также инструменты обеспечения эффективного функционирования и долгосрочной конкурентоспособности организации.</p> <p>Владеет современными методами менеджмента и анализом данных динамичной среды.</p>
ОПК-3.2 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость	<p>Знает как принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость.</p> <p>Умеет самостоятельно анализировать международные тенденции, эффективно работать в рыночных условиях, принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость.</p> <p>Владеет навыками самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость.</p>
ОПК-3.3 Способен оценивать операционную и организационную эффективность принимаемых решений, их социальную значимость в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	<p>Знает как оценивать операционную и организационную эффективность принимаемых решений, их социальную значимость в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p> <p>Умеет оценивать операционную и организационную эффективность принимаемых решений, их социальную значимость в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p> <p>Владеет навыками оценки операционной и организационной эффективности принимаемых решений, их социальную значимость в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p>
ПК-2.1 Способен решать задачи обеспечения процессов управления организации	<p>Знает как решать задачи обеспечения процессов управления организации.</p> <p>Умеет решать задачи обеспечения процессов управления организации</p> <p>Владеет навыками решения задач обеспечения процессов управления организации</p>
ПК-2.2 Владеет навыками методического обеспечения процессов управления организацией	<p>Знает навыки методического обеспечения процессов управления организацией</p> <p>Умеет применять навыки методического обеспечения процессов управления организацией</p> <p>Владеет навыками методического обеспечения процессов управления организацией</p>
ПК-2.3 Владеет навыками информационно-аналитического обеспечения процессов управления организацией	<p>Знает состав и порядок информационно-аналитического обеспечения процессов управления организацией</p> <p>Умеет применять навыки информационно-аналитического обеспечения процессов управления организацией</p> <p>Владеет навыками информационно-аналитического обеспечения процессов управления организацией</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 1 курсе (заочная форма обучения).

	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Менеджмент как особый вид деятельности и его специфика	14				14
2.	Технологии контроллинга и управления знаниями в интеллектуальном обеспечении принятия управленческих решений в маркетинге	18	2		2	14
3.	Контроллинг в маркетинге - система управления современной организаций	16	2			14
4.	Интеллектуальное, методическое и инструментальное обеспечение функции планирования маркетинга	16			2	14
5.	Инструменты контроллинга в маркетинге	16			2	14
6.	Интеллектуальный сервис стратегических решений в корпорации экономики знаний	17	2			15
	ИТОГО по разделам дисциплины	97	6		6	85
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

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

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: И.о. заведующего кафедрой общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов, канд. экон. наук, доцент Ланская Д.В.