

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный технический университет»
(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебной работе
_____ Э.Ю. Майкова
« ____ » _____ 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений
Блока 1 «Дисциплины (модули)»

«Управление продвижением продукции на рынке»

Направление подготовки бакалавров – 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) – Производственный менеджмент.
Типы задач профессиональной деятельности: организационно-
управленческий.

Форма обучения – очная

Факультет управления и социальных коммуникаций
Кафедра «Менеджмент»

Тверь 2021

Рабочая программа дисциплины соответствует ОХОП подготовки бакалавров в части требований к результатам обучения по дисциплине и учебному плану.

Разработчик программы: к.э.н., доцент

О.П. Разинькова

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Менеджмент»
« ____ » _____ 2021г., протокол № ____.

Заведующий кафедрой

О.П. Разинькова

Согласовано
Начальник учебно-методического
отдела УМУ

Д.А. Барчуков

Начальник отдела
комплектования
зональной научной библиотеки

О.Ф. Жмыхова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Управление продвижением продукции на рынке» сформировать компетенции обучающегося в области планирования продвижения на рынок производимой предприятием продукции.

Задачи дисциплины:

расширить и углубить знания в области современных инструментов и средств планирования продвижения продукции на рынке;

обучить навыкам выбора необходимых методов и инструментов для продвижения продукции на рынке

научить оценивать эффективность использования финансовых средств в процессе продвижения продукции на рынке.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемая участниками образовательных отношений «Блока 1 Дисциплины (модули)». Освоение дисциплины опирается на теоретические знания дисциплин «Экономическая теория», «Экономика фирмы», «Теория менеджмента», «Организация стратегического и тактического внутрифирменного планирования», «Планирование и организация маркетинговой деятельности», «Методы принятия стратегических и тактических управленческих решений» и др.

Приобретенные знания в рамках дисциплины необходимы для формирования наряду с другими изучаемыми дисциплинами целостного представления о направлении «Менеджмент», а также при написании выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

3.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция, закрепленная за дисциплиной в ОХОП:

УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Индикаторы компетенций, закрепленных за дисциплиной в ОХОП:

ИУК-10.1. Демонстрирует понимание и использует базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.

ИУК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.

ИУК-10.1.

Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций

Знать:

З1. базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике для совершенствования планирования продвижения продукции предприятия

Уметь:

У1. Использовать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике для совершенствования планирования продвижения продукции предприятия

ИУК-10.2.

Показатели оценивания индикаторов достижения компетенций

Знать:

З1. методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, принципы использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков для совершенствования планирования продвижения продукции предприятия

Уметь:

У1. Использовать методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, применять принципы использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков для совершенствования планирования продвижения продукции предприятия

3.2. Технологии, обеспечивающие формирование компетенций

Проведение лекционных занятий, выполнение практических работ.

4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1а. Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной работы

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Академические часы
Общая трудоемкость дисциплины	3	108
Аудиторные занятия, всего		45
В том числе:		
Лекции		15
Практические занятия (ПЗ)		30
Лабораторные работы (ЛР)		Не предусмотрены
Самостоятельная работа обучающихся (всего)		63

Вид учебной работы	Зачетные единицы	Академические часы
В том числе:		
Курсовой проект (КП)		Не предусмотрен
Курсовая работа (КР)		Не предусмотрена
Расчетно-графические работы		Не предусмотрены
Реферат		Не предусмотрен
Другие виды самостоятельной работы:		
- подготовка к защите практических работ		60
- подготовка к защите лабораторных работ		0
Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (зачет)		3
Практическая подготовка при реализации дисциплины (всего)		0

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины

Таблица 2а. Модули дисциплины, трудоемкость в часах и виды учебной работы

Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Практич. занятия	Лаб. практикум	Сам. работа
1. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка	10	1	3	—	6
2. Управление товарной политикой на предприятии	11	2	3	—	6
3. Управление ценовой политикой на предприятии	11	1	3	—	7
4. Управление конкурентоспособностью продукции	12	2	3	—	7
5. Формирование целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг предприятия	11	1	3	—	7
6. Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции..	11	2	3	—	6
7. Обратная связь с потребителем.	10	1	3	—	6
8. Стратегическое планирование маркетинга	11	2	3	—	6
9. Тактическое планирование маркетинга	10	1	3	—	6
10. Разработка бюджета маркетинга	11	2	3	—	6

Наименование модуля	Труд-ть часы	Лекции	Практич. занятия	Лаб. практикум	Сам. работа
Всего на дисциплину	108	15	30	—	63

5.2. Содержание дисциплины

МОДУЛЬ 1 «Анализ и прогноз конъюнктуры рынка»

Методика построения конкурентной карты рынка. Методика оценки интенсивности конкуренции на рынке. Модель расчета границ олигополии.

МОДУЛЬ 2 «Управление товарной политикой на предприятии»

Графические и экономико-математические методы оценки товарного портфеля предприятия. Методика анализа продаж продукции предприятия

МОДУЛЬ 3 «Управление ценовой политикой на предприятии»

Этапы процесса ценообразования. Факторы влияющие на формирование цены. Методы ценообразования. Ценовые стратегии.

МОДУЛЬ 4 «Управление конкурентоспособностью продукции»

Методы оценки конкурентоспособности продукции. Этапы оценки конкурентоспособности продукции. Показатели оценки уровня конкурентоспособности продукции.

МОДУЛЬ 5 «Формирование целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг предприятия»

Роль и значение системы, обеспечивающей информирование потенциального покупателя о существовании товара, его потребительских свойствах, способствующая снижению настороженного отношения к новому товару (ФОС) в сфере современного маркетинга. Элементы системы формирования спроса. Понятие система стимулирования маркетинга и сбыта (СТИС) и сущность стимулирующих мероприятий по стимулированию сбыта продукции. Направления стимулирующих мероприятий. Цели и перечень мероприятий по стимулированию сбыта в отношении потребителя, собственного торгового персонала. Основные этапы традиционной компании по стимулированию продаж.

МОДУЛЬ 6 «Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции»

Методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий по продвижению продукции. Показатели оценки эффективности проведения мероприятий по продвижению продукции предприятия. Резервы повышения эффективности мероприятий по продвижению продукции.

МОДУЛЬ 7 «Обратная связь с потребителем»

Методы обратной связи с потребителем. Показатели оценки эффективности обратной связи с потребителями продукции.

МОДУЛЬ 8 «Стратегическое планирование маркетинга»

Основы разработки стратегических планов маркетинга. Пирамида стратегий. Процесс и этапы разработки стратегических планов маркетинга. Типовые критерии силы бизнеса. Типовые критерии привлекательности рынка. Содержание стратегического плана маркетинга.

МОДУЛЬ 9 «Тактическое планирование маркетинга»

Проблемы разработки тактического плана маркетинга. Процесс и этапы разработки тактического плана маркетинга. Содержание тактического плана маркетинга. Разработка продуктового плана. Разработка плана по ценам. Разработка плана товародвижения - сбыта. Разработка плана продвижения.

МОДУЛЬ 9 «Разработка бюджета маркетинга»

Методы формирования бюджета маркетинга: финансирование "от возможностей"; метод "фиксированного процента"; метод "соответствия конкуренту"; метод максимальных расходов; метод на основе целей и задач; метод учета программы маркетинга. Статьи затрат бюджета маркетинга. Состав доходной части. Состав расходной части.

5.3. Практические занятия

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3а. Практические работы и их трудоемкость

Порядковый номер модуля. Цель практического занятия	Тематика практического занятия	Трудоем- кость, ч
Модуль 1 Цель: методов анализа и прогноза конъюнктуры рынка	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 2 Цель: изучение методов управления товарной политикой предприятия	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 3 Цель: изучение методов управления товарной политикой предприятия	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3

Порядковый номер модуля. Цель практического занятия	Тематика практического занятия	Трудоем- кость, ч
Модуль 4 Цель: изучение методов управления конкурентоспособностью продукции	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 5 Цель: изучение целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг предприятия	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 6 Цель: изучение методов маркетинговых мероприятий по продвижению продукции	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 7 Цель: изучение принципов обратной связи с потребителями	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 8 Цель: изучение задач стратегического управления маркетингом	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 9 Цель: изучение задач тактического управления маркетингом	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3
Модуль 10 Цель: изучение принципов разработки бюджета маркетинга	1.Решение ситуационных задач 2. Заслушивание рефератов	3

6. Самостоятельная работа обучающихся и текущий контроль их успеваемости

6.1. Цели самостоятельной работы

Сформировать способности к обучению, поиску источников, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

6.2. Организация и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем курса по заданию преподавателя по рекомендуемым им источникам, в подготовке к практическим занятиям, текущему контролю успеваемости, зачету.

Предусмотрено 15 практических занятий, которые защищаются посредством тестирования или устного опроса (по желанию обучающегося). Максимальная оценка за выполненную работу — 10 баллов.

Выполнение всех практических работ обязательно. В случае невыполнения практической работы по уважительной причине студент имеет право выполнить письменный реферат по согласованной с преподавателем теме модуля, по которому пропущена практическая работа.

Возможная тематическая направленность реферативной работы для каждого учебно-образовательного модуля представлена в таблице 4.

Таблица 4. Темы рефератов

№ п/п	Модуль	Возможная тематика самостоятельной реферативной работы
1	Модуль 1	Роль выставок в коммуникационной деятельности фирмы.
		Роль стимулирования сбыта в коммуникационной деятельности фирмы.
2	Модуль 2	Мерчендайзинг как способ продвижения товаров в розничной сети.
		Методы формирования бюджета кампании по продвижению.
3	Модуль 3	Эластичность спроса и предложения на современном российском рынке потребительских товаров и услуг.
		Становление инфраструктуры рыночной экономики в России.
4	Модуль 4	Особенности комплекса продвижения предприятий машиностроительной промышленности
		Особенности комплекса продвижения предприятий деревообрабатывающей промышленности
5	Модуль 5	Основные пути повышения рентабельности предпринимательской деятельности.
		Финансовое состояние отечественных предприятий и пути его повышения.
6	Модуль 6	Роль конкуренции в рыночной экономике.
		Экономические последствия монополизации рынка.
7	Модуль 7	Брендинг в стратегии продвижения товара
		Продвижение на международном рынке.

№ п/п	Модуль	Возможная тематика самостоятельной реферативной работы
8	Модуль 8	Основы разработки стратегических планов маркетинга.
		Пирамида стратегий.
9	Модуль 9	Проблемы разработки тактического плана маркетинга.
		Процесс и этапы разработки тактического плана маркетинга.
10	Модуль 10	Метод формирования бюджета маркетинга: финансирование "от возможностей".
		Метод формирования бюджета маркетинга: метод "фиксированного процента";

Оценивание реферата по содержанию и качеству выполнения осуществляется путем устного опроса.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература по дисциплине

1. Аллен, К.Р. Продвижение новых технологий на рынок : [новые технологии - залог успеха бизнеса. Путь от идеи к конечному продукту. Конкуренция на рынке продукции современных технологий. Защита авторских прав и интеллектуальной собственности. Финансовая стратегия венчурных предприятий] / К.Р. Аллен; пер. с англ. Е.В. Ручкиной. - М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2007. - 455 с. : ил., табл. - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-94774-321-0 (рус.) : 268 р. 80 к. - (ID=83567-2)

2. Захарова, Ю.А. Стратегии продвижения товаров : [практ. пособие] / Ю.А. Захарова. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2017. - 157 с. : ил., табл. - (Стратегия успешного бизнеса). - Текст : непосредственный. - ISBN 978-5-394-01539-7 : 154 р. - (ID=88497-2)

7.2. Дополнительная литература дисциплине

1. Анализ и прогнозирование рынка : учебник для вузов / А.Н. Асаул [и др.]; под редакцией А.Н. Асаула. - 2-е изд. ; доп. - Москва : Юрайт, 2022. - (Высшее образование). - Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 14.09.2022. - ISBN 978-5-534-15179-4. - URL: <https://urait.ru/book/analiz-i-prognozirovanie-rynka-488146> . - (ID=145658-0)

2. Жабина, С.Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С.Б. Жабина. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - (Высшее образование). - Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-534-05141-4. - URL:

<https://urait.ru/book/marketing-produkcii-i-uslug-obschestvennoe-pitanie-493126>
.- (ID=140900-0)

3. Климович, Н.Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения / Н.Г. Климович. - Москва; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - ЭБС Лань. - Текст : электронный. - Режим доступа: по подписке. - Дата обращения: 07.07.2022. - ISBN 978-5-9729-0597-3. - URL:

<https://e.lanbook.com/book/192747> . - (ID=147279-0)

4. Попов, Е.В. Продвижение товаров и услуг : учеб. пособие для экон. спец. вузов / Е.В. Попов. - Москва : Финансы и статистика, 1999. - 319 с. - ISBN 5-279-02120-2 : 52 p. - (ID=4544-3)

7.3. Методические материалы

1. Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине "Управление разработкой и внедрением новой продукции" Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент. Профиль: Производственный менеджмент : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. С.Ю. Осипов. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-В). - Текст : электронный. - URL: <https://elibr.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/120759> . - (ID=120759-0)

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине "Управление разработкой и внедрением новой продукции" Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент. Профиль: Производственный менеджмент : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. С.Ю. Осипов. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-М). - Текст : электронный. - URL: <https://elibr.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/120757> . - (ID=120757-0)

3. Оценочные средства промежуточной аттестации в форме экзаменационных билетов дисциплины "Управление разработкой и внедрением новой продукции" по дисциплине "Управление разработкой и внедрением новой продукции" Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент. Профиль: Производственный менеджмент : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. С.Ю. Осипов. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-Э). - Текст : электронный. - Режим доступа: с разрешения преподавателя. - (ID=120760-0)

4. Приложение к рабочей программе дисциплины выбору вариативной части Блока 1 "Управление разработкой и внедрением новой продукции". Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент. Профиль: Производственный менеджмент. (заочная форма обучения), Курс 3 : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. С.Ю. Осипов. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-ПП). - Текст : электронный. - URL: <https://elibr.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/128555> . - (ID=128555-0)

5. Тезисы лекций по дисциплине "Управление разработкой и внедрением новой продукции" Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент. Профиль: Производственный менеджмент : в составе учебно-методического комплекса / Тверской гос. техн. ун-т, Каф. МЕН ; разработ. С.Ю. Осипов. - Тверь : ТвГТУ, 2016. - (УМК-Л). - Текст : электронный. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/120750> . - (ID=120750-0)

6. Учебно-методический комплекс дисциплины части, формируемая участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" "Управление продвижением продукции на рынке". Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент. Направленность (профиль): Производственный менеджмент : ФГОС 3++ / Каф. Менеджмент ; сост. О.П. Разинькова. - 2022. - (УМК). - Сервер. - Текст : электронный. - 0-00. - URL: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/GetDoc/Megapro/117683> . - (ID=117683-1)

7.4. Программное обеспечение по дисциплине

Операционная система Microsoft Windows: лицензии № ICM-176609 и № ICM-176613 (Azure Dev Tools for Teaching).

Microsoft Office 2007 Russian Academic: OPEN No Level: лицензия № 41902814.

7.5. Специализированные базы данных, справочные системы, электронно-библиотечные системы, профессиональные порталы в Интернет

ЭБС и лицензионные ресурсы ТвГТУ размещены:

1. Ресурсы: <https://lib.tstu.tver.ru/header/obr-res>
2. ЭКТвГТУ: <https://elib.tstu.tver.ru/MegaPro/Web>
3. ЭБС "Лань": <https://e.lanbook.com/>
4. ЭБС "Университетская библиотека онлайн": <https://www.biblioclub.ru/>
5. ЭБС «IPRBooks»: <https://www.iprbookshop.ru/>
6. Электронная образовательная платформа "Юрайт" (ЭБС «Юрайт»): <https://urait.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY: <https://elibrary.ru/>
8. Информационная система "ТЕХНОРМАТИВ". Конфигурация "МАКСИМУМ" : сетевая версия (годовое обновление): [нормативно-технические, нормативно-правовые и руководящие документы (ГОСТы, РД, СНИПы и др.]. Диск 1,2,3,4. - М. : Технорматив, 2014. - (Документация для профессионалов). - CD. - Текст : электронный. - 119600 p. – (105501-1)
9. База данных учебно-методических комплексов: <https://lib.tstu.tver.ru/header/umk.html>

УМК размещен:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

При изучении дисциплины «Управление продвижением продукции на рынке» используются современные средства обучения: наглядные пособия, диаграммы, схемы.

Возможна демонстрация лекционного материала с помощью оверхед-проектора (кодоскопа) и мультипроектора.

9. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

9.1. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена

Учебным планом экзамен по дисциплине не предусмотрен.

9.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме зачета

Шкала оценивания промежуточной аттестации — «зачтено», «не зачтено».

1. Вид промежуточной аттестации в форме зачета: по результатам текущего контроля знаний обучающегося без дополнительных контрольных испытаний.

2. Критерии проставления зачета.

Иные нормы, регламентирующие процедуру проведения экзамена, представлены в Положении о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

9.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме курсового проекта или курсовой работы

Учебным планом курсовой проект и курсовая работа не предусмотрены.

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.

Студенты перед началом изучения дисциплины ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценки, которые опубликованы и размещены на сайте вуза или кафедры.

В учебный процесс внедрена субъект-субъектная педагогическая технология, при которой в расписании каждого преподавателя определяется время консультаций студентов по закрепленному за ним модулю дисциплины.

Рекомендуется обеспечить студентов, изучающих дисциплину, электронными учебниками, учебно-методическим комплексом по дисциплине, включая методические указания к выполнению практических работ, а также всех видов самостоятельной работы.

11. Внесение изменений и дополнений в рабочую программу дисциплины

Кафедра ежегодно обновляет содержание рабочих программ дисциплин, которые оформляются протоколами заседаний дисциплин, форма которых утверждена Положением о рабочих программах дисциплин, соответствующих ФГОС ВО.