

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
д.филос.н., доц. Атанов А.А.



29.05.2025г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.У.5. Маркетинговое управление бизнесом**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
Направленность (профиль): Экономика предприятия и предпринимательская  
деятельность  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная

Курс	3
Семестр	31-32
Лекции (час)	46
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	64
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	178
Курсовая работа (час)	
Всего часов	288
Зачет (семестр)	31
Экзамен (семестр)	32

Иркутск 2025

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.01 Экономика.

Автор Д.Д. Корнилова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры экономики предприятий и предпринимательской деятельности

Заведующий кафедрой А.В. Самаруха

### 1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению новых потребностей, разработке инновационных стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в инновационной сфере.

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

#### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ПК-1	Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи
ПК-4	Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию

#### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи	З. Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У. Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности
ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию	З. Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

**4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зач. ед., 288 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	46
Практические (сем, лаб.) занятия	64
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	178
Всего часов	288

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Эволюция маркетингового подхода в управлении бизнесом	31	2	2	10		Творческое задание
2	Функции маркетинга	31	4	4	10		Кейс-study №1
3	Анализ внешнего окружения	31	4	4	20		Доклад
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	31	6	6	16		Кейс-study №2
5	Товарная политика	31	6	6	16		Коллоквиум №1
6	Ценовая политика	31	6	6	16		Кейс-study №3
7	Коммуникационная политика	32	8	18	40		Кейс-study №4
8	Современные методы маркетингового исследования	32	10	18	50		Коллоквиум №2. Контрольная работа
	ИТОГО		46	64	178		

**5.2. Лекционные занятия, их содержание**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Эволюция маркетингового подхода в	Сущность и значение малого бизнеса в развитии экономики, факторы развития малого бизнеса

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	управлении бизнесом	
10	Цифровой маркетинг	Цифровой маркетинг
11	Партизанский маркетинг.	Партизанский маркетинг
12	Социально-этический маркетинг.	Социально-этический маркетинг.
2	Функции маркетинга	Маркетинг, понятие. Концепции маркетинга Этапы развития маркетинга
3	Анализ внешнего окружения	Методы проведения маркетинговых исследований. Метод анкетирования. Фокус группы
4	Основные этапы маркетинговой стратегии	Целеполагание в маркетинге. Виды маркетинговой стратегии. Этапы маркетинговой стратегии
5	Товарная политика	Понятие товар, виды товара. Товарный знак. Знак обслуживания. Регистрация товарного знака. Бренд. Оценка стоимости бренда.
6	Ценовая политика	Виды цен. Методы ценообразования.
7	Коммуникационная политика: основные понятия	Коммуникационная политика: основные понятия
8	Сегментирование рынка в коммуникационной политике	Сегментирование рынка в коммуникационной политике
9	Стратегии позиционирования товара	Стратегии позиционирования товара

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Эволюция маркетингового подхода в управлении бизнесом. Занятие 1-8. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 7. Проводится в форме решения кейс-задания
2	Функции маркетинга инноваций. Занятие 8-13 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 14 Проводится в форме коллоквиума
6	Источники возникновения инноваций. Занятие 15-21 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии, выступление с докладами.
4	Основные этапы инновационного процесса. Занятие 22-27 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	дискуссии.. Занятие 28. Проводится в форме решения кейс-задания
5	Инновационная инфраструктура рынка. Занятие 29-34 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 35 Проводится в форме коллоквиума
3	Анализ внешнего окружения. Занятие 36-41 Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Занятие 42. Проводится в форме решения кейс-задания
7	Оценка конкурентоспособности нового товара. Занятие 43-48 Проводится в форме практического занятия, предполагает решение и анализ задач, разбор ситуаций. Занятие 49. Проводится в форме решения кейс-задания
8	Методы оценки эффективности инновационного проекта. Занятие 56-64 Проводится в форме практического занятия, предполагает решение и анализ задач, разбор ситуаций. Занятие 56 Контрольная работа

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)**

**6.1. Текущий контроль**

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (3.1...3.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Эволюция маркетингового подхода в управлении бизнесом	ПК-1	3.Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У.Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской	Творческое задание	задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности		
2	2. Функции маркетинга	ПК-4	З. Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения	Кейс-study №1	В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)
3	3. Анализ внешнего окружения	ПК-1	З. Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых	Доклад	Публичное выступление оценивается в 10 баллов (20)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (3.1...3.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			<p>рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности</p> <p>У. Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности</p> <p>Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности</p>		
4	4. Основные этапы маркетинговой стратегии	ПК-4	<p>3. Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения</p> <p>У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской</p>	Кейс-study №2	<p>Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (10)</p>



№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			деятельности Н.Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения		
5	5. Товарная политика	ПК-1	З.Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У.Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н.Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности	Коллоквиум №1	В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (20)
6	6. Ценовая политика	ПК-4	З.Знать основные методы и алгоритмы	Кейс-study №3	Кейс-задание содержит 5

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (3.1...3.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			<p>принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения</p> <p>У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности</p> <p>Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения</p>		<p>вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 2 балла. (10) (10)</p>
				<b>Итого</b>	<b>100</b>
7	7. Коммуникационн ая политика	ПК-4	<p>3. Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения</p> <p>У. Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской</p>	Кейс-study №4	<p>Кейс-задание содержит 5 вопросов. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 6 балла. (30) (30)</p>

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			деятельности Н. Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения		
8	8. Современные методы маркетингового исследования	ПК-1	З. Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У. Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности	Коллоквиум №2	В задании предлагается для решения 5 заданий. Каждый правильный полный ответ на вопрос оценивается в 6 балла. (30) (30)
9		ПК-1	З. Знать алгоритм и методы проведения	Контрольная работа	В контрольной работе

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности У. Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности Н. Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности		предлагается задача и вопрос. Решение задачи оценивается в 10 баллов, правильный полный ответ оценивается также в 20 баллов. (40) (40)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 31.

### ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается в 4 балла.

**Компетенция: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи**

Знание: Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

1. Виды маркетинговой стратегии.
2. Маркетинг, основные понятия
3. Метод анкетирования.
4. Методы проведения маркетинговых исследований.
5. Фокус группы
6. Этапы развития маркетинга

**Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию**

Знание: Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

7. Концепции маркетинга
8. Сущность и значение малого бизнеса в развитии экономики, факторы развития малого бизнеса
9. Целеполагание в маркетинге.
10. Этапы маркетинговой стратегии

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: методика верная -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;.

**Компетенция: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи**

Умение: Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

Задача № 1. Предложить эффективные организационно-управленческие решения ситуации, представленной в кейсе (в соответствии с выбранным вариантом)

Задача № 2. Рассчитать емкость рынка для товара/услуги (в соответствии с выбранным вариантом)

**Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию**

Умение: Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности

Задача № 3. Описать процесс разработки маркетинговой стратегии компании в соответствии с выбранным вариантом

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: расчеты верные -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;.

**Компетенция: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи**

Навык: Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности

Задание № 1. Провести SWOT- анализ для компании (в соответствии с выбранным вариантом)

**Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию**

Навык: Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

Задание № 2. Рассмотреть на примере кейса современные модели рекламы (в соответствии с выбранным вариантом)

Задание № 3. Рассмотреть структуру анкеты для потребителя товара (в соответствии с выбранным вариантом)

#### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Направление - 38.03.01 Экономика  
Профиль - Экономика предприятия и  
предпринимательская деятельность  
Кафедра экономики предприятий и  
предпринимательской деятельности  
Дисциплина - Маркетинговое управление  
бизнесом

#### БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Рассчитать емкость рынка для товара/услуги (в соответствии с выбранным вариантом) (30 баллов).
3. Рассмотреть структуру анкеты для потребителя товара (в соответствии с выбранным вариантом) (30 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ Д.Д. Корнилова

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ А.В. Самаруха

**Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 32.**

#### ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается в 4 балла.

**Компетенция: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи**

**Знание:** Знать алгоритм и методы проведения маркетинговых исследований рынков, выявления новых рыночных возможностей и эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

1. PR в маркетинговых коммуникациях.
2. Бренд компании.
3. Реклама в маркетинговых коммуникациях.
4. Товарный знак. Знак обслуживания.
5. Цифровые технологии в маркетинговых исследованиях.

**Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию**

**Знание:** Знать основные методы и алгоритмы принятия стратегических, тактических и оперативных управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

6. Виды цен.
7. Методы ценообразования.
8. Оценка стоимости бренда.
9. Регистрация товарного знака.

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: методика верная -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;.

**Компетенция: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи**

**Умение:** Уметь проводить маркетинговое исследование рынка и выявлять новые рыночные возможности, применять эффективные инструменты маркетинга в предпринимательской деятельности

**Задача № 1.** Предложить эффективные организационно-управленческие решения для ситуации, описанной в кейсе

**Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию**

**Умение:** Уметь решать стратегические, тактические управленческие задачи предпринимательской деятельности

**Задача № 2.** Описать процесс разработки маркетинговой стратегии компании в соответствии с выбранным вариантом

**Задача № 3.** Провести анализ на основе исходных данных (в соответствии с вариантом)

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: расчеты верные -30 баллов, с незначительными ошибками - 15-25, со значительными ошибками - 1-14, неверные - 0;.

**Компетенция: ПК-1 Способен на основе маркетингового исследования рынка и выявления новых рыночных возможностей формулировать новые бизнес-идеи**

Навык: Владеть навыками проведения маркетингового исследования рынка, выявления новых рыночных возможностей, применения эффективных инструментов маркетинга в предпринимательской деятельности

Задание № 1. Найти эффективное организационно-управленческое решение (в соответствии с выбранным вариантом)

**Компетенция: ПК-4 Способен разрабатывать и принимать стратегические, тактические и оперативные управленческие решения при осуществлении предпринимательской деятельности, организовывать работу исполнителей и их мотивацию**

Навык: Владеть навыками принятия стратегических, тактических управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности, организации и мотивации их исполнения

Задание № 2. Рассмотреть основные инструменты и мероприятия интернет-маркетинга для компании (в соответствии с выбранным вариантом )

Задание № 3. Решить задачу (в соответствии с выбранным вариантом)

### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Направление - 38.03.01 Экономика  
Профиль - Экономика предприятия и  
предпринимательская деятельность  
Кафедра экономики предприятий и  
предпринимательской деятельности  
Дисциплина - Маркетинговое управление  
бизнесом

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Предложить эффективные организационно-управленческие решения для ситуации, описанной в кейсе (30 баллов).
3. Найти эффективное организационно-управленческое решение (в соответствии с выбранным вариантом) (30 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ Д.Д. Корнилова

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ А.В. Самаруха

### 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

#### а) основная литература:

1. Dibb S., Bradley, Simkin L. The Marketing Planning Workbook. Effertive Marketing Managers/ Dibb S., Simkin L., Brfdley J.- New York: Routiedge, б. г..-219 с.
2. Тарасевич В. М. Основы маркетинга : Программа по курсу/ Сост. Тарасевич В. М.- СПб.: Экономическая школа, Б. г..-42 с.
3. Татаринов К.А. Маркетинговое управление розничными сетями.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2019.- 193 с.
4. [Шамис В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности \[Электронный ресурс\]: учебник/ Шамис В.А., Левкин Г.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Ай Пи Ар](#)



Медиа, 2023.— 174 с.— Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/124747>.— IPR SMART, по паролю. - DOI: <https://doi.org/10.23682/124747>

5. Шамис, В. А. Маркетинг : практикум / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 78 с. — ISBN 978-5-4497-1817-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124162.html> (дата обращения: 24.10.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/124162>

#### **б) дополнительная литература:**

1. Федотов А. Н. Маркетинговый аспект бизнес-планирования/ А. Н. Федотов// Монография (однотомник), Проблемы развития рынков товаров,услуг и ценных бумаг в современных условиях, сб. науч. тр., С. 76-83, Иркутск, 1996

2. Татаринов К. А. Особенности интернет-маркетинга на B2B-рынках/ К. А. Татаринов// Номер журнала, Т. 28, № 3, С. 517-528, 2018, 2-201 Читальный зал центральный

3. [Кашпаров, Д. В. Исследование маркетинговых аспектов деятельности торговых организаций : монография / Д. В. Кашпаров, Л. В. Пурьжова, Л. В. Семенова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 125 с. — ISBN 978-5-4497-1716-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122170.html> \(дата обращения: 16.06.2022\). — Режим доступа: для авторизир. пользователей](#)

4. [Паллотта, В. И. Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1 : учебное пособие / В. И. Паллотта, Т. В. Сичкарь. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В.Жириновского, 2022. — 228 с. — ISBN 978-5-907445-91-8 \(ч.1\), 978-5-907445-90-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : \[сайт\]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126942.html> \(дата обращения: 26.12.2022\). — Режим доступа: для авторизир. пользователей](#)

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

#### **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области коммуникаций и оценке инвестиционных проектов .

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося. Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- Adobe Acrobat Reader\_11,
- MS Office,

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения