

Автономная некоммерческая организация дополнительного  
профессионального образования  
Учебный центр «КРОК образовательная компания»

111033, г. Москва, ул. Волочаевская, д. 5, корп. 1  
ИНН/КПП 7722310540/772201001 ОГРН 1097799033243

---

Утверждаю:  
Директор Центра  
«КРОК образовательная компания»  
/Патокина И.Е./  
« 22 » 09 2017 г.



**Рабочая программа курса**  
«Организация маркетинговой деятельности в компании»

**Дополнительной программы**  
**профессиональной переподготовки**  
«Деловое администрирование в сфере ИТ-  
технологий»

город Москва

Программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам".

Профессиональная подготовка слушателей, осуществляемая в соответствии с программой, проводится с использованием модульного принципа построения учебного плана с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в соответствии с законодательством об образовании.

Дополнительная профессиональная программа разработана образовательной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, включает все модули, указанные в учебном плане.

Содержание оценочных и методических материалов определяется образовательной организацией самостоятельно с учетом положений законодательства об образовании Российской Федерации.

Структура дополнительной профессиональной программы соответствует требованиям Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499.

Формы обучения слушателей (очная, очно-заочная, заочная) определяются образовательной организацией самостоятельно.

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Для определения структуры дополнительной профессиональной программы и трудоемкости ее освоения может применяться система зачетных единиц. Количество зачетных единиц по дополнительной профессиональной программе устанавливается организацией.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

**Аннотация** Программа направлена на обучение менеджеров-профессионалов системному подходу к управлению, а также адаптация зарубежного опыта управленческой деятельности к российским условиям.

**Цель программы:** совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

#### Совершенствуемые компетенции

№	Вид профессиональной деятельности	Направление подготовки
		ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 09.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)
		Код компетенции



		(акад. часов)					
1	Модуль 1. Принципы организации маркетинговой деятельности в компании	8	8	6	2	0	
2	Модуль 2. Проведение внешнего маркетингового аудита	6	6	4	2	0	
3	Модуль 3. Анализ внутренней среды компании	6	6	4	2	0	
	Модуль 4. Сегментирование заказчиков и позиционирование компании	6	6	4	2	0	
	Модуль 5. Анализ продуктового портфеля	6	6	5	1	0	
	Модуль 6. Способы ценообразования	6	6	5	1	0	
	Модуль 7. Инструменты продвижения и рекламы	6	6	5	1	0	
	Модуль 8. Маркетинг услуг	6	6	5	1	0	Практ. раб.
	Итого:	50	50	38	12	0	
	Промежуточная аттестация	Зачет (тест)					

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Количество аудиторных занятий при очно-заочной форме обучения составляет 20-25% от общего количества часов.

### 3. Календарный учебный график

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

Неделя обучения	1	2	3	4	5	6	7	Итого часов
	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
21 неделя	5	-	5	-	5	-	-	15
СРС	-	-	-	-	-	-	-	
22 неделя	5	-	5	-	5	-	-	15
СРС	-	-	-	-	-	-	-	
23 неделя	5	-	5	-	5	-	-	15
СРС	-	-	-	-	-	-	-	
24 неделя	2	-	2	-	ЗПА	-	-	5
СРС	-	-	-	-	-	-	-	
Итого:	17		17		18	-	-	50

Примечание: ПА – Промежуточная аттестация (тестирование), зачет

#### 4. Рабочие программы учебных предметов

1. Принципы организации маркетинговой деятельности в компании	Маркетинговая система, ориентированная на рост прибыли компании.
	Новая маркетинговая парадигма.
	Маркетинг в кризисный и посткризисный период.
	Семь глобальных преобразований в сфере маркетинга.
	Новая система маркетинговых показателей.
	Концепция трех видов ценности.
2. Проведение внешнего маркетингового аудита	Рыночная аналитика.
3. Анализ внутренней среды компании	Что такое маркетинговая информационная система.
	Структура маркетинговой информационной системы компании.
	Система маркетинговых исследований.
4. Сегментирование заказчиков и позиционирование компании	Ошибки классической технологии сегментирования рынка.
	Новый подход к сегментированию рынка.
	Концепция психографического сегментирования рынка.
5. Анализ продуктового портфеля	Товар/услуга как объект маркетинга.
	Покупательское поведение.
6. Способы ценообразования	Ценовая политика.
	Ценовые стратегии.
	Дифференциация цен.
	Методы ценообразования.
	Ценовая тактика.
	Психологические аспекты ценообразования.
7. Инструменты продвижения и рекламы	Методы маркетинга. Реклама.
	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации.
	Стратегия маркетинга, планирование и контроль.
8. Маркетинг услуг	Особенности концепции маркетинга услуг.
	Изучение и прогнозирование рынка.
	Сегментация и выбор целевого рынка.
	Долгосрочное удержание клиентов как альтернативная концепция маркетинга взаимоотношений.

#### 1. Организационно-педагогические условия

Реализация профессиональной программы обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса, формулируются согласно Приказа Минтруда России от 08.09.2015 N 608н "Об утверждении профессионального стандарта "Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 24.09.2015 N 38993) - «Преподавание по программам бакалавриата и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации» (Н 7).

## **2. Материально-техническая и ресурсная база**

Для реализации программы используется собственная материально-техническая база. Для реализации программы предполагается использование имеющихся в Центре учебных аудиторий для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения проектных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:

- компьютерные классы, обеспечивающие доступ в Интернет, с установленными лицензионными программами, необходимыми для изучения дисциплин/курсов программы, оснащенные проектором или иными средствами визуализации учебного материала.

- доступ в электронную информационно-образовательную среду Центра;

- стандартное программное обеспечение для работы над разработкой учебно-методических материалов.

Специальных помещений, предполагающих наличие какого-либо специального оборудования для реализации данной программы не предусматривается.

## **3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Обучение предполагает контактную работу с преподавателем: лекции, практические занятия), и асинхронное взаимодействие, предполагающее использование современных дистанционных образовательных технологий. Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: семинар, тренинг, консультация, деловая игра, практические занятия, лекции, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

Активные формы занятий включают как теоретическую часть (направленную на получение или пополнение имеющихся знаний), так и практическую, имеющую преимущественно общепрофессиональную направленность. На формирование практико-ориентированных компетенций слушателей направлено активное использование в учебном процессе инновационных образовательных технологий, активных и интерактивных форм проведения занятий.

Промежуточная аттестация предполагает определение уровня сформированности компетенций и проводится в форме тестирования.

## **4. Формы аттестации и оценочные материалы**

Образовательная организация несет ответственность за качество подготовки слушателей и реализацию дополнительной профессиональной программы в полном объеме в соответствии с учебным планом.

Оценка качества освоения слушателями программы курса включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

К промежуточной аттестации допускаются слушатели, выполнившие все виды текущей аттестации, предусмотренные в настоящей программе. Слушатели, успешно освоившие программу курса и прошедшие промежуточную аттестацию, допускаются к освоению следующего курса, входящего в состав ДПП.

Слушателям, не прошедшим промежуточной аттестации или получившим на промежуточной аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть курса и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией.

К итоговой аттестации по ДПП переподготовки допускаются только те слушатели, которые сдали промежуточную аттестацию по всем курсам (включая данный), входящим в дипломную программу (ДПП переподготовки).

Промежуточная аттестация проводится по форме выполнения задания в соответствии с учебным планом. Результаты промежуточной аттестации заносятся в соответствующие документы. Результаты промежуточной аттестации слушателей ДПП выставляются по двух балльной шкале («зачтено»/ «не зачтено»). «Зачтено» выставляется, если слушатель набирает не менее 50% баллов (правильных ответов и/или выполненных заданий).

**Текущая аттестация:**

**Практическая работа** (выполнение заданий):

<i>№п/п</i>	<i>Тематика практического занятия</i>	<i>Форма ПА</i>
Организация маркетинговой деятельности в компании	1. Участие в работе группы на сессиях, активное участие в реализации ситуационных примеров и деловых игр. 2. Выполнение всех задач и упражнений.	Практическое занятие

**Промежуточная аттестация по курсу (тестирование):**

**Тест** - является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Тестированием называется метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить знания, умения и навыки слушателя, характеризующих определенный этап формирования компетенций.

**Примеры вопросов теста** (на выполнение слушателю отводится 20 минут):

Вопрос 1

Для сравнения показателей, имеющих разные единицы измерения можно применить процедуру. (Выберите два правильных ответа)

Выберите несколько ответов:

- Нормализующего преобразования
- Стандартизации значений
- Z-преобразования
- Корреляционного анализа
- Сравнения средних значений

Вопрос 2

При использовании какого критерия необходимо дополнительно проверять гипотезу о равенстве двух дисперсий?

Выберите один ответ:

- Критерия Ливиня
- Т-критерий для независимых выборок

- Т-критерий для зависимых выборок
- Одновыборочного t-критерия
- Критерия Пирсона
- Критерия Колмогорова-Смирнова

### Вопрос 3

Диаграмма рассеяния может быть полезна для оценки...? (Выберите три правильных ответа)

Выберите несколько ответов:

- Тесноты взаимосвязи
- Математического выражения взаимосвязи
- Наличия нелинейной взаимосвязи
- Наличия выбросов
- Коэффициентов корреляции
- Коэффициентов регрессии

### Вопрос 4

Процент по столбцу в таблице сопряженности показывает.

Выберите один ответ:

- Количество наблюдений в ячейке
- Количество наблюдений в ячейке, деленное на сумму по строке и выраженное в процентах
- Количество наблюдений в ячейке, деленное на сумму по столбцу и выраженное в процентах
- Количество наблюдений в ячейке, деленное общее количество наблюдений и выраженное в процентах

### Вопрос 5

Каким образом можно корректировать недопустимые значения? (Выберите два правильных ответа)

Выберите несколько ответов:

- Удалить наблюдения с недопустимыми значениями из файла данных
- Обратиться к исходным источникам информации (анкетам, опросникам)
- Перекодировать недопустимые значения в пользовательские пропущенные
- Удалить переменные с недопустимыми значениями из файла данных
- Выполнить процедуру отбора наблюдений

### Вопрос 6

Для чего используется синтаксис SPSS?



Выберите один ответ:

- Позволяет автоматизировать повторяющиеся рутинные операции
- Позволяет вставлять мобильные таблицы в другие приложения
- Позволяет автоматически отыскивать ошибки ввода
- Позволяет автоматизировать процесс редактирования уже построенных диаграмм

### Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплин (разделов)

#### Список литературы:

##### *Основная*

Аллен П., Вуттен Дж. Продажи. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2004.

Васильев Г.А. Основы маркетинга.- М.: ЮНИТИ, 2005.

Ветроградов В.. Управление продажами. 2-е изд.- СПб.: Питер, 2004.

Гитомир Дж.. Принципы Паттерсона и продажи в XXI веке.- СПб.: Питер, 2005.

Деревицкий А.. Коммерческая разведка. Курс агентуры для тех, кто продает и управляет продажами.- СПб.: Питер, 2005.

##### *Дополнительная*

Джобер Д., Ланкастер Д. Поведение и управление продажами.-М.: ЮНИТИ, 2002.

Дибб С., Симкин Л.. Практическое руководство по сегментированию рынка.- СПб.: Питер, 2001.

Менеджмент / под ред. Максимцева М.М., Комарова М.А.-М.: ЮНИТИ, 2002.

Синяева И.М. Коммерческая деятельность в сфере товарного обращения.- М.: ЮНИТИ, 2005.

Харский К. Профессиональные продажи: технология и практические советы.- СПб.: Питер, 2004.

Балакирев С.В. Категорийный менеджмент в качестве современного подхода к управлению товарным ассортиментом //Менеджмент в России и за рубежом. - 2006. - №5. - С. 3-11

#### Рекомендуемые интернет-ресурсы:

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1	СПС «Консультант-Плюс»	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
2	СПС «Кодекс»	<a href="http://www.kodeks.ru">http://www.kodeks.ru</a>
3	СПС «Гарант»	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>
4	Министерство юстиции Российской Федерации	<a href="http://www.minjust.ru">http://www.minjust.ru</a>
5	Юридическая Россия – образовательный правовой портал	<a href="http://www.law.edu.ru">http://www.law.edu.ru</a>
6	Журнал СУБД	<a href="http://www.olap.ru">http://www.olap.ru</a>
7	Компания ТЕРН	<a href="http://www.tern.ru">http://www.tern.ru</a>
8	Компания Intersoftlab	<a href="http://www.iso.ru">http://www.iso.ru</a>
9	SAS Institute	<a href="http://www.sas.ru">http://www.sas.ru</a>
10	Компания Basegroup	<a href="http://www.basegroup.ru">http://www.basegroup.ru</a>
11	ЦБ РФ	<a href="http://www.banklist.ru">http://www.banklist.ru</a>

