



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Калининградский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УРОПС

Рабочая программа дисциплины
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЙ

основной профессиональной образовательной программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль программы
«УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ»

ИНСТИТУТ
ВЫПУСКАЮЩАЯ КАФЕДРА
РАЗРАБОТЧИК

Отраслевой экономики и управления
Менеджмента
УРОПС

1 ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Целью освоения дисциплины «Экономическое обоснование маркетинговых решений» является расширение, систематизация и закрепление теоретических знаний, а также приобретение практических навыков студентами при решении стратегических задач планирования и организации маркетинговой деятельности предприятия в рыночных условиях на основе использования современных методик и инструментов экономического обоснования.

1.2 Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки.

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными компетенциями

Код и наименование компетенции	Наименование дисциплины	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга; ПК-2: Способен осуществлять контроль операционных и финансовых показателей эффективности логистической деятельности организации.	Экономическое обоснование маркетинговых решений	<u>Знать:</u> - сущность, виды и последствия принимаемых управленческих решений в области маркетинга; - процесс разработки и реализации маркетинговых программ; - инструменты комплекса маркетинга; - методы управления корпоративными финансами и логистической деятельностью. <u>Уметь:</u> - использовать инструменты и методы обоснования маркетинговых решений с использованием инструментов комплекса маркетинга; - проводить контроль операционных и финансовых показателей эффективности логистической и маркетинговой деятельности организации; - разрабатывать маркетинговые программы и оценивать их эффективность. <u>Владеть:</u> -инструментами проведения экономического анализа маркетинговых проектов; -маркетинговыми технологиями для обоснования принимаемых решений в области маркетинга и логистики; -методами экономического и финансового анализа для обоснования инвестиционных решений в области маркетинга.

2 ТРУДОЁМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ ПО НЕЙ

Дисциплина "Экономическое обоснование маркетинговых решений" относится к блоку 1 части, формируемой участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (з.е.), т.е. 180 академических часов (135 астр. часа) контактной и самостоятельной учебной работы студента; работой, связанной с текущей и промежуточной (заключительной) аттестацией по дисциплине.

Распределение трудоемкости освоения дисциплины по семестрам, видам учебной работы студента, а также формы контроля приведены ниже.

Таблица 2 - Объем (трудоемкость освоения) в очной форме обучения и структура дисциплины

Наименование	Семестр	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа					СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
					Лек	Лаб	Пр	РЭ	КА		
Экономическое обоснование маркетинговых решений	3	ДЗ	5	180	32	-	32	6	0,15	109,85	-
Итого по дисциплине:			5	180	32	-	32	6	0,15	109,85	-

Обозначения: Э – экзамен; З – зачет; ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой); КР (КП) – курсовая работа (курсовой проект); контр. – контрольная работа, РГР – расчетно-графическая работа; Лек – лекционные занятия; Лаб. – лабораторные занятия; Пр. – практические занятия; РЭ – контактная работа с преподавателем в ЭИОС; КА – контактная работа, включающая индивидуальные консультации, консультации перед экзаменом, аттестацию, консультации и аттестацию по КР(КП), практику; СРС – самостоятельная работа студентов

Таблица 3 - Объем (трудоемкость освоения) в заочной форме обучения и структура дисциплины

Наименование	Курс	Сессия	Форма контроля	з.е.	Акад. часов	Контактная работа				СРС	Подготовка и аттестация в период сессии
						Лек	Лаб	Пр	РЭ		
Экономическое обоснование маркетинговых решений	1	Летняя	Контр., ДЗ	5	180	6	-	8	7	155	4
Итого по дисциплине:				5	180	6	-	8	7	155	4

При разработке образовательной технологии организации учебного процесса основной упор сделан на соединение активной и интерактивной форм обучения. Интерактивная форма позволяет студентам проявить самостоятельность в освоении теоретического материала и овладении практическими навыками, формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе.

3 УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

Учебно-методическое обеспечение дисциплины приведено в таблицах 4 и 5.

Таблица 4 – Перечень основной и дополнительной литературы

Наименование дисциплины	Основная литература	Дополнительная литература
Экономическое обоснование маркетинговых решений	1. Бедердинова О.И. Технологии моделирования бизнес-процессов. Учебное пособие – М.: НИЦ ИНФРА-М. – 2022. – 102с. (ЭБС https://znanium.com) 2. Кукукина И.Г., Макарова А.В. Управленческая экономика: анализ и диагностика деятельности предприятия. Учебное пособие. - М.: НИЦ ИНФРА-М, - 2023. – 248с. (ЭБС https://znanium.com) 3. Маслевич Т.П. Управление бизнес-процессами: от теории к практике М.: НИЦ ИНФРА-М. – 2024. – 206с. (ЭБС https://znanium.com)	1. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт. 2023. 521 с. 2. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт. 2023. 340 3. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. М.: Юрайт, 2023. 181 с.

Таблица 5 – Перечень периодических изданий, учебно-методических пособий и нормативной литературы

Наименование дисциплины	Периодические издания	Учебно-методические пособия, нормативная литература
Экономическое обоснование маркетинговых решений	«Менеджмент в России и за рубежом», «Балтийский экономический журнал», «Финансы», «Деньги и кредит».	-

4 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные технологии

В ходе освоения дисциплины, обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обучающимся по образовательной программе обеспечивается доступ (удаленный доступ), а также перечень лицензионного программного обеспечения определяется в рабочей программе и подлежит обновлению при необходимости.

Электронные образовательные ресурсы:

Российская образовательная платформа и конструктор бесплатных открытых онлайн-курсов и уроков - <https://stepik.org>

Образовательная платформа - <https://openedu.ru/>

Состав современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочных систем (ИСС):

- База данных «Экономические исследования» ЦБ России:
https://www.cbr.ru/ec_research/

- Министерство экономического развития Российской Федерации: (официальный сайт) [Электронный ресурс]: <http://economy.gov.ru>.

– HR-портал (сообщество профессионалов): <http://www.hr-portal.ru>

- База данных "Оценочная деятельность" Минэкономразвития РФ:
<http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/CorpManagment/activity/>

- Базы данных Национального совета по оценочной деятельности: <http://www.ncva.ru>

- База данных агентства по рыночным исследованиям и консалтингу: www.market-agency.ru

- Интерфакс сервер раскрытия информации: <https://www.e-disclosure.ru/>

- Правительство РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru>

- База данных информационного агентства «Финмаркет» <http://www.finmarket.ru>

5 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудиторные занятия проводятся в специализированных аудиториях с мультимедийным оборудованием, в компьютерных классах, а также в других аудиториях университета согласно расписанию занятий.

Консультации проводятся в соответствии с расписанием консультаций.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

При освоении дисциплины используется программное обеспечение общего назначения и специализированное программное обеспечение.

Перечень соответствующих помещений и их оснащения размещен на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

6 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ, СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения дисциплины (в т.ч. в процессе освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложениях к рабочей программе дисциплины и(или) утверждаются отдельно.

Оценивание результатов обучения может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

7 СВЕДЕНИЯ О РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ И ЕЕ СОГЛАСОВАНИИ

Рабочая программа дисциплины «Экономическое обоснование маркетинговых решений» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль программы «Управление маркетингом».

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента (протокол № 9 от 23.04.2025).

Заведующая кафедрой

В.В. Дорофеева

Директор института

А.Г. Мнацаканян