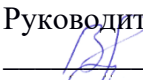





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)

**ИНСТИТУТ МАТЕМАТИКИ И КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ШКОЛА)**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП  
  
\_\_\_\_\_ Величко А.С.  
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. директора департамента  
  
\_\_\_\_\_ Заболотский В.С.  
(подпись) (ФИО)



«\_13\_» сентября 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
Управление маркетинговой деятельностью  
**Направление подготовки 01.04.04 Прикладная математика**  
(Аналитические, социальные и экономические сети)  
Форма подготовки: очная

курс 2 семестр 4  
лекции 0 час.  
практические занятия 0 час.  
лабораторные работы 72 час.  
в том числе с использованием МАО лек. 0 час. / пр. 0 час. / лаб. 72 час.  
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.  
в том числе с использованием МАО 72 час.  
самостоятельная работа 144 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 54 час.  
контрольные работы (количество) 3  
курсовой проект не предусмотрен  
зачет не предусмотрен  
экзамен 4 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 01.04.04 Прикладная математика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 10 января 2018 г. № 15 (с изменениями и дополнениями)

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента математики, протокол № 1 от 13 сентября 2021 г.

И.о. директора департамента математики Заболотский В.С.

Составитель: канд. физ.-мат. наук, доцент Величко А.С.

Владивосток  
2021

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Управление маркетинговой деятельностью» предназначена для студентов направления подготовки 01.04.04 «Прикладная математика», магистерская программа «Аналитические, социальные и экономические сети».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Дисциплина реализуется на 2-м курсе в 4-м семестре. Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока «Дисциплины (модули)».

Особенности построения курса: лабораторные работы (72 часа), самостоятельная работа (90 часов), подготовка к экзамену (54 часа).

**Целью** освоения дисциплины является формирование у студентов понимания специфики маркетинговой деятельности на внешних рынках; особенностей осуществления маркетинговых исследований зарубежных рынков; приемов, методов и инструментария маркетинга, используемых транснациональными компаниями; основных стратегий выхода международных компаний на внешние рынки.

### **Задачи:**

- выявить специфику осуществления маркетинговых исследований зарубежных рынков; особенности оценки спроса и исследования потребителей;
- изучить особенности разработки функциональных стратегий (товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной) для обеспечения конкурентных преимуществ международной компании;
- изучить практические маркетинговые приемы ведущих мировых ТНК по выходу на зарубежные рынки;
- выявить особенности, преимущества и недостатки основных стратегий выхода международной компании на внешние рынки;

- исследовать проблемы и перспективы выбора рациональных форм международной маркетинговой деятельности отечественных предприятий в посткризисных условиях.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные, общепрофессиональные, профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и наименование профессиональной компетенции	Код ПС (при наличии ПС) или ссылка на иные основания	Код трудовой функции (при наличии ПС)	Индикаторы достижения компетенции
<b>Тип задач профессиональной деятельности: технологический</b>			
ПК-2 Способен организовывать и управлять маркетинговой деятельностью	08.035 Маркетолог	В/01.7-04.7 С/01.7-02.7	ПК-2.1. Анализирует и совершенствует инновационные товары (услуги), бренды, политику ценообразования, систему распределения и дистрибьюции и сбытовой политики на основе математических моделей и методов прикладной математики ПК-2.2. Формирует сценарии маркетинговой стратегии, осуществляет планирование и контроль маркетинговой деятельности организации и применяет программные средства

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-2.1. Анализирует и совершенствует инновационные товары (услуги), бренды, политику ценообразования, систему распределения и дистрибьюции и сбытовой политики на основе математических моделей и методов прикладной математики	Знает методы анализа товаров (услуг), брендов, политику ценообразования, систему распределения и дистрибьюции и сбытовой политики
	Умеет обрабатывать, анализировать информацию на основе методов прикладной математики
	Владеет способами принятия решений на основе математических моделей
ПК-2.2. Формирует сценарии маркетинговой стратегии, осуществляет планирование и контроль маркетинговой деятельности организации и применяет программные средства	Знает средства и методы разработки маркетинговых бизнес-проектов
	Умеет обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию по многопрофильной маркетинговой деятельности
	Владеет способами принятия организационных решений при реализации маркетингового плана и стратегии

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью» применяются следующие методы

активного/интерактивного обучения: занятие-дискуссия, обсуждение и разрешение проблем при создании программного обеспечения с использованием компьютерных технологий.

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

не предусмотрена

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Лабораторные работы**

**Лабораторная работа № 1.** «Слияние»

**Лабораторная работа № 2.** «Дженериковый бум»

**Лабораторная работа № 3.** «Рецепт успеха»

**Лабораторная работа № 4.** Mary Kay Cosmetics: проникновение на азиатский рынок

**Лабораторная работа № 5.** Ингвар Кампрад и ИКЕА

**Лабораторная работа № 6.** Henkel Group: зонтичный брендинг и глобализация решений

**Лабораторная работа № 7.** Kentucky Fried Chicken (Япония)

**Лабораторная работа № 8.** Procter & Gamble Europe: выпуск на рынок нового чистящего средства Vizir

**Лабораторная работа № 9** Анализ маркетинговой политики международной компании

## **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью» представлено в

Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

#### **IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА**

Контролируемые разделы дисциплины, этапы формирования компетенций, виды оценочных средств, зачетно-экзаменационные материалы, комплекты оценочных средств для текущей аттестации, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

#### **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **Основная литература**

1. Карпова, С. В. Международный маркетинг : учебник / С. В. Карпова. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2021. - 296 с. - ISBN 978-5-394-04183-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232137>.
2. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие / под ред. Л. С. Латышовой. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 142 с. - ISBN

978-5-394-04173-0. - Текст : электронный. - URL:  
<https://znanium.com/catalog/product/1232040>.

3. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник для бакалавров / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 180 с. - ISBN 978-5-394-03802-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091844>.

### **Дополнительная литература**

1. Международный маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Менеджмент» / под общ. ред. М. Э. Сейфуллаевой, Н. Д. Эриашвили. - 2-е изд. перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 260 с. - ISBN 978-9941-9553-9-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/135905>.

2. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 589 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-014784-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003504>.

### **Перечень дополнительных информационно-методических материалов**

1. Дейнекин Т.В. Международный маркетинг и интернет-маркетинг: учебное пособие. - М.: МЭСИ, 2004.

2. Карпова С.В. Международное рекламное дело: 2-е изд., перераб. и доп./ С. В. Карпова. - М: КноРус, 2007.

3. Карпова С.В. Практикум по международному маркетингу: учебное пособие для студ. вузов / С. В. Карпова ; Фин. акад. при Правительстве РФ. - М. : КНОРУС, 2010. - 200 с.

4. Багиев Г. Л., Моисеева Н. К., Черенков В. И. Международный маркетинг: Учебник для вузов. 2-е изд. — СПб.: Питер, 2008. — 688 с.

5. Международный маркетинг : учебное пособие для бакалавров / [Н. А. Нагапетьянц, Е. В. Исаенко, О. Н. Романенкова и др.] ; под ред. Н. А. Нагапетьянца. - Москва : Вузовский учебник, : Инфра-М, 2015. – 291с.
6. Акулич И.Л. Маркетинг взаимоотношений. Мн.: Вышэйшая школа, 2010. - 252с.
7. Акулич И.Л. Маркетинг. Учебник. 7-ое издание Мн.: Вышэйшая школа, 2010 - 480с.

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется программное обеспечение MS Office.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины, описание последовательности действий обучающихся**

Освоение дисциплины следует начинать с изучения рабочей учебной программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам. Обязательно следует учитывать рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью рекомендуемой основной литературы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Подготовку к началу обучения включает несколько необходимых пунктов:



1) Необходимо создать для себя рациональный и эмоционально достаточный уровень мотивации к последовательному и планомерному изучению дисциплины.

2) Необходимо изучить список рекомендованной основной и дополнительной литературы и убедиться в её наличии у себя дома или в библиотеке в бумажном или электронном виде.

3) Необходимо иметь «под рукой» специальные и универсальные словари, справочники и энциклопедии, для того, чтобы постоянно уточнять значения используемых терминов и понятий. Пользование словарями и справочниками необходимо сделать привычкой. Опыт показывает, что неудовлетворительное усвоение предмета зачастую коренится в неточном, смутном или неправильном понимании и употреблении понятийного аппарата учебной дисциплины.

4) Желательно в самом начале периода обучения возможно тщательнее спланировать время, отводимое на работу с источниками и литературой по дисциплине, представить этот план в наглядной форме (график работы с датами) и в дальнейшем его придерживаться, не допуская срывов графика индивидуальной работы и «аврала» в предсессионный период. Пренебрежение этим пунктом приводит к переутомлению и резкому снижению качества усвоения учебного материала.

### **Рекомендации по работе с литературой**

1) Всю учебную литературу желательно изучать «под конспект». Чтение литературы, не сопровождаемое конспектированием, даже пусть самым кратким – бесполезная работа. Цель написания конспекта по дисциплине – сформировать навыки по поиску, отбору, анализу и формулированию учебного материала. Эти навыки обязательны для любого специалиста с высшим образованием независимо от выбранной специальности.

2) Написание конспекта должно быть творческим – нужно не переписывать текст из источников, но пытаться кратко излагать своими

словами содержание ответа, при этом максимально структурируя конспект, используя символы и условные обозначения. Копирование и «заучивание» неосмысленного текста трудоемко и по большому счету не имеет большой познавательной и практической ценности.

3) При написании конспекта используется тетрадь, поля в которой обязательны. Страницы нумеруются, каждый новый вопрос начинается с нового листа, для каждого экзаменационного вопроса отводится 1-2 страницы конспекта. На полях размещается вся вспомогательная информация – ссылки, вопросы, условные обозначения и т.д.

4) В итоге данной работы «идеальным» является полный конспект по программе дисциплины, с выделенными определениями, узловыми пунктами, примерами, неясными моментами, проставленными на полях вопросами.

5) При работе над конспектом обязательно выявляются и отмечаются трудные для самостоятельного изучения вопросы, с которыми уместно обратиться к преподавателю при посещении установочных лекций и консультаций, либо в индивидуальном порядке.

6) При чтении учебной и научной литературы всегда следить за точным и полным пониманием значения терминов и содержания понятий, используемых в тексте. Всегда следует уточнять значения по словарям или энциклопедиям, при необходимости записывать.

7) При написании учебного конспекта обязательно указывать все прорабатываемые источники, автор, название, дата и место издания, с указанием использованных страниц.

#### **Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине: экзамену (зачету)**

К аттестации допускаются студенты, которые систематически в течение всего семестра посещали и работали на занятиях и показали уверенные знания в ходе выполнении практических заданий и лабораторных работ.

Непосредственная подготовка к аттестации осуществляется по вопросам, представленным в рабочей учебной программе. Тщательно изучите

формулировку каждого вопроса, вникните в его суть, составьте план ответа.

Обычно план включает в себя:

— определение сущности рассматриваемого вопроса, основных положений, утверждений, определение необходимости их доказательства;

— запись обозначений, формул, необходимых для полного раскрытия вопроса;

— графический материал (таблицы, рисунки, графики), необходимые для раскрытия сущности вопроса;

— роль и значение рассматриваемого материала для практической деятельности, примеры использования в практической деятельности.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине желательна учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

ИНСТИТУТ МАТЕМАТИКИ И КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ШКОЛА)

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**  
по дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью»  
Направление подготовки 01.04.04 Прикладная математика  
магистерская программа «Аналитические, социальные и экономические сети»  
Форма подготовки очная

Владивосток  
2021

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	4 неделя	Повторение теоретического и практического материала дисциплины, заслушиваемого и конспектируемого в ходе аудиторных занятий; изучение основной и дополнительной литературы, указанной в рабочей учебной программе дисциплины, самоконтроль ответов на основные проблемные вопросы по темам занятий	30 часов	Собеседование
2	6 неделя	Самостоятельный разбор заданий и задач, решаемых на практических занятиях; самостоятельный повтор действий, осуществляемых в ходе выполнения лабораторных работ, в том числе при работе со специальным программным обеспечением	16 часов	Проект
3	10 неделя	Повторение теоретического и практического материала дисциплины, заслушиваемого и конспектируемого в ходе аудиторных занятий; изучение основной и дополнительной литературы, указанной в рабочей учебной программе дисциплины, самоконтроль ответов на основные проблемные вопросы по темам занятий	30 часов	Собеседование
4	12 неделя	Самостоятельный разбор заданий и задач, решаемых на практических занятиях; самостоятельный повтор действий, осуществляемых в ходе выполнения лабораторных работ,	16 часов	Проект

		в том числе при работе со специальным программным обеспечением		
--	--	--	--	--

### **Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению**

В рамках освоения дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью» студенты выполняют самостоятельную работу в объеме 108 часов. Видами самостоятельной работы являются: чтение рекомендуемой литературы, знакомство с рекомендованными Интернет-источниками, решение практических заданий, выданных на дом или предложенных для решения на практическом занятии, подготовка к экзамену и зачету по дисциплине. Регулярный контроль самостоятельной работы студентов производится преподавателем в рамках практических занятий.

### **Примеры заданий для самостоятельного решения (домашние задания)**

Ниже приведены примерные темы индивидуальных и / или групповых докладов и презентаций. Бакалавры могут подготовить работу по предложенной ими теме, предварительно согласовав ее с преподавателем. На аудиторных занятиях студенты представляют результаты своей работы по теме занятия в форме презентации. Для подготовки индивидуальных и / или групповых докладов студентам в начале изучения дисциплины необходимо выбрать объект исследования, которым может выступать крупная национальная, международная компания или транснациональная корпорация (компании из сферы услуг, телекоммуникаций, производства, ретейла и т.д.).

1. Исследование товарной политики крупной национальной, международной компании или транснациональной корпорации (Nestle, MacDonalds, IKEA, MARS, компания «Славда» и др.)
2. Исследование ценовой политики крупной национальной, международной

компании или транснациональная корпорации (Nestle, MacDonalds, IKEA, MARS, компания «Славда» и др.)

3. Исследование политики распределения крупной национальной, международной компании или транснациональной корпорации (Nestle, MacDonalds, IKEA, MARS, компания «Славда» и др.).

4. Исследование коммуникационной политики крупной национальной, международной компании или транснациональная корпорации (Nestle, MacDonalds, IKEA, MARS, компания «Славда» и др.)

5. Стратегии выхода на внешний рынок крупной национальной, международной компании или транснациональная корпорации (Nestle, MacDonalds, IKEA, MARS, компания «Славда» и др.)

### **Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы**

Самостоятельная работа включает в себя повторение теоретического и практического материала дисциплины, заслушиваемого и конспектируемого в ходе аудиторных занятий; изучение основной и дополнительной литературы, указанной в рабочей учебной программе дисциплины, самоконтроль ответов на основные проблемные вопросы по темам занятий; самостоятельный разбор заданий и задач, решаемых на практических занятиях; самостоятельный повтор действий, осуществляемых в ходе выполнения лабораторных работ, в том числе при работе со специальным программным обеспечением.

Результаты самостоятельной работы представляются и оформляются в виде ответов на основные положения теоретического и практического материала дисциплины по темам; письменного разбора процесса решения практических заданий и задач; собственных действий, осуществляемых в ходе выполнения лабораторных работ.

В случае подготовки слайдов для защиты проекта, они должны быть контрастными (рекомендуется черный цвет шрифта на светлом фоне), кегль текста слайдов – не менее 22pt, заголовков – 32pt. Основная цель использования слайдов - служить вспомогательным инструментом к подготовленному выступлению, цитирование больших фрагментов текста на слайдах не допускается. Приветствуется использование рисунков, графиков, таблиц, интерактивного материала, однако, следует предусмотреть выбор цвета и толщину линий.

Слайды должны содержать титульный лист, цели и задачи (не более 2-х слайдов с обзором актуальности, новизны, теоретической и практической значимости работы), основные публикации с их кратким обзором (1-2 слайда), формальную постановку задачи и формулировку моделей (1-2 слайда), краткое тезисное (!) изложение ключевых положений работы (разумное количество слайдов с учетом общего времени выступления), заключение (с изложением результатов работы, подведением выводов, обсуждением практического использования работы, возможностей проведения дальнейших исследований и разработок в данной области).

Как правило, 12-15 слайдов оказывается достаточным для полного представления работы.

### **Критерии оценки выполнения самостоятельной работы**

Общие критерии оценки выполнения самостоятельной работы – правильность ответов на вопросы по темам теоретической части дисциплины, верность получаемых ответов в ходе решения практических заданий и задач, достижение правильного результата при осуществлении собственных действий по лабораторным работам.

Оценивание знаний в форме собеседования проводится по критериям:

- логичность изложения, знание и понимание основных аспектов и дискуссионных проблем по теме;
- владение методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов по теме.

Оценивание знаний в форме проекта проводится по критериям:

- завершенность и полнота выполненных заданий в рамках проекта;
- владение методами и приемами решения конкретных задач и самостоятельность использования специализированного программного обеспечения;
- качество оформления письменного отчета в соответствии с правилами и стандартами оформления.