

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.02.02

(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продвижения продукции на рынок

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки (специальности)

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки, специальности в соответствии с/ФГОС ВО)

Управление инновациями

(направленность (профиль))

Форма обучения: заочная

Год набора: 2019

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Количество ЗЕТ	7						
Часов по РУП	252						
Виды контроля на курсах	Экзамены	Зачеты	Курсовые проекты	Курсовые работы	Контрольные работы (для заочной формы обучения)		
		2					
	№№ курса						
	1	2	3	4	5	6	Итого
ЗЕТ по курсам		7					7
Лекции		2					2
Лабораторные							
Практические		6					6
Контактная работа		8					8
Сам. работа		240					240
Контроль		4					4
Итого		252					252

Тольятти, 2018

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 38.04.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки в соответствии с ФГОС ВО)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Учебная (рабочая) программа одобрена на заседании департамента предпринимательства (протокол заседания № 3 от «21» сентября 2018 г.).



Рецензент

(должность, ученое звание, степень)

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

(И.О. Фамилия)

Срок действия рабочей программы дисциплины до «21» сентября 2022 г.

Информация об актуализации рабочей программы дисциплины:

Протокол заседания департамента № 2 от «03» сентября 2019 г.

Протокол заседания департамента № 1 от «28» августа 2020 г.

Протокол заседания департамента № 1 от «27» августа 2021 г.

Протокол заседания департамента № ____ от «__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель департамента предпринимательства

(выпускающей направление (специальность))

«__» _____ 20__ г.

(подпись)

Н.С. Карцева
(И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

дисциплины (учебного курса)

Б1.В.ДВ.02.02 Технологии продвижения продукции на рынок

(индекс и наименование дисциплины (учебного курса))

1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)

Цель:

- сформировать научное представление о принципах и законах функционирования онлайн и офлайн технологий маркетинга, с целью продвижения инновационной продукции на рынок.

Задачи:

- сформировать представление о принципах и законах функционирования интернет маркетинга;
- развить навыки создания и анализа веб-сайтов;
- приобрести навык создания уникального торгового предложения и построения бизнес- модели
- познать специфику взаимосвязи различных субъектов в процессе продвижения инновационной продукции на рынок.

2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина относится к базовой части блока Б1 «Дисциплины (модули)» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность «Управление инновациями».

Дисциплины, на освоении которых базируется данная дисциплина «Технологии продвижения продукции на рынок» - «Управление инновационными проектами», «Маркетинг инноваций». Желательно владение иностранным языком в объёме, достаточном для чтения зарубежной учебной и научной экономической литературы.

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины - «Стартапы».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебному курсу), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые и контролируемые компетенции	Планируемые результаты обучения
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1)	Знать: основные принципы и методы управления организациями, подразделениями, проектами и сетями
	Уметь: анализировать взаимосвязи между различными структурными подразделениями и группами сотрудников
	Владеть: навыками управления организациями, проектами и сетями
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК- 2)	Знать: основы разработки и реализации основных корпоративных стратегий и программ организационного развития
	Уметь: разрабатывать корпоративные стратегии, программы организационного развития и изменений
	Владеть: навыками реализации корпоративной стратегии и программ организационного развития

Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
Модуль 1. Продвижение продукции	1.1. Стратегии интернет продвижения инновационной продукции
	1.2. Управление проектированием сайтов
	1.3. Реализация стратегий контекстной рекламы в Интернет и соцсетях.
	1.4 SEO оптимизация сайта и продающих страниц
	1.5. Таргетированная реклама. Реклама в соцсетях
	1.6 Медийная реклама
	1.7. E-mail маркетинг
	1.8 Продвижение в социальном медиа
	1.9 Веб-аналитика
	1.10 Мобильный маркетинг
Модуль 2. Продажи	2.1. Этапы создания инфраструктуры под инновационный проект
	2.2. Создание активного отдела продаж. Функции и показатели результативности специалистов отдела продаж
	2.3. Создание сети дилеров
	2.4. Франшиза
	2.5. Законодательство в сфере торговли
	2.6. Создание клиентоориентированной организации

Модуль 3 Технологии Start-up	2.7. Управление взаимоотношениями с потребителями CRM
	2.8 Эффективный клиентский отдел
	2.9 Процедуры участия в госзакупках и тендерах
	3.1 Уникальное торговое предложение
	3.2 Бизнес-моделирование
	3.3 Предпринимательская экосистема
	4.1 Инструменты продвижения offline
	4.2 Методики масштабирования бизнеса

Общая трудоемкость дисциплины (учебного курса) – 7 ЗЕТ.

4. Технологическая карта по учебному курсу Б1.В.ДВ.02.02 Технологии продвижения продукции на рынок

Курс изучения 2

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы							Необходимые материально- технические ресурсы	Формы текущего контроля (наименова ние оценочного средства)	Рекомендуе мая литература (№)
		Контактная работа (в часах)					Самостоятельная работа				
		всего			в т.ч. в интерактивной форме	Формы проведения лекций, лабораторных, практических занятий, методы обучения, реализующие применяемую образовательную технологию	в часах	формы организации самостоятельной работы			
		лекций	лабораторных	практических							
Модуль 1. Продвижение продукции	1.1. Стратегии интернет продвижения инновационной продукции	2				Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	1.2. Управление проеткированием сайтов					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	1.3. Реализация стратегий контекстной рекламы в Интернет и соцсетях.					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	1.4 SEO оптимизация сайта и продающих					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо		(1-5)

	страниц					практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях		смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	смартфон		
	1.5. Таргетированная реклама. Реклама в соцсетях					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	1.6 Медийная реклама					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	1.7. E-mail маркетинг					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	1.8 Продвижение в социальном медиа					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментариев в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	1.9 Веб-аналитика					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо		(1-5)

						консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях		смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	смартфон		
	1.10 Мобильный маркетинг					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
Модуль 2. Продажи	2.1. Этапы создания инфраструктуры под инновационный проект					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	2.2. Создание активного отдела продаж. Функции и показатели результативности и специалистов отдела продаж			2		Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Задание 1	(1-5)
	2.3. Создание сети дилеров					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	2.4. Франшиза					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо		(1-5)

						консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях		смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	смартфон		
	2.5. Законодательство в сфере торговли					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	2.6. Создание клиентоориентированной организации					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	2.7. Управление взаимоотношениями с потребителями CRM					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	2.8 Эффективный клиентский отдел			2		Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Задание 2	(1-5)
	2.9 Процедуры участия в госзакупках и тендерах					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо		(1-5)

						консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях		смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	смартфон		
Модуль 3 Технологии Start-up	3.1 Уникальное торговое предложение			2		Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон	Задание 3	(1-5)
	3.2 Бизнес-моделирование					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	3.3 Предпринимательская экосистема					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
Модуль 4. Продвижение и масштабирование Start-up	4.1 Инструменты продвижения offline					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС-рейтинга	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо смартфон		(1-5)
	4.2 Методики масштабирования бизнеса					Аудио-/ видео- лекции электронного учебника с консультацией преподавателя на форуме. Выполнение практических заданий с	10	Самостоятельное выполнение практических заданий, контроль	LMS-система на основе Moodle, компьютер либо планшет либо		(1-5)

						консультацией преподавателя на форуме и через комментарий в заданиях		смены IP-адресов, анализ текущей успеваемости при помощи БРС- рейтинга	смартфон		
	Контроль						4				
Итого:		2		6			244				
		252									

5. Критерии и нормы текущего контроля и промежуточной аттестации

Формы текущего контроля	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
Задание 1-3	Отсутствуют	10 баллов – за правильное решение задачи и сделанными выводами 8 баллов – за правильное решение задачи без аргументированных выводов 6 баллов – за решение задачи с одной ошибкой, и без выводов 4 балла – за решение задачи с тремя незначительными ошибками, но с правильным алгоритмом решения 1 балл – за попытку решения задания
Итоговое тестирование	Выполнение всех практических работ	Максимальное количество баллов - 70 б.

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Критерии и нормы оценки	
Экзамен	Допускаются все студенты	«отлично»	Студент набрал 80 и более баллов по накопительному рейтингу
		«хорошо»	Студент набрал от 60 до 79 баллов по накопительному рейтингу
		«удовлетворительно»	Студент набрал от 40 до 59 баллов по накопительному рейтингу
		«неудовлетворительно»	Студент набрал 39 и менее баллов по накопительному рейтингу

Пересдача экзамена по экзаменационным билетам

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Критерии и нормы оценки
---	-----------------	-------------------------

Экзамен (устно, письменно)	К пересдаче по билетам до- пускаются студенты, не на- бравшие 40 баллов по нако- пительному рейтингу. Также пересдача по билетам возможна в случае спорной си- туации.	«отлично»	Полностью раскрыты 2 теоретических вопроса и решено практическое задание
		«хорошо»	Раскрыты 2 теоретических вопроса (не приве- дены примеры, не даны определения категори- ям) и решено практическое задание; Раскрыты 2 теоретических вопроса и не полно- стью решено практическое задание;
		«удовлетворительно»	Не раскрыт один из теоретических вопросов и допущены ошибки при решении практического задания
		«неудовлетворитель- но»	Раскрыт только один теоретический вопрос или решено только практичное задание

6. Критерии и нормы оценки курсовых работ (проектов)

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом.

7. Примерная тематика письменных работ (курсовых, рефератов, контрольных, расчетно-графических и др.)

Не предусмотрено учебным планом

8. Вопросы к зачету

Вопросы к зачету	
1.	Стратегии интернет продвижения инновационной продукции
2.	Управление проектированием сайтов
3.	Реализация стратегий контекстной рекламы в Интернет и соцсетях.
4.	SEO оптимизация сайта и продающих страниц
5.	Таргетированная реклама.
6.	Медийная реклама
7.	E-mail маркетинг
8.	Продвижение в социальном медиа
9.	Веб-аналитика
10.	Мобильный маркетинг
11.	Этапы создания инфраструктуры под инновационный проект
12.	Создание активного отдела продаж.
13.	Создание сети дилеров
14.	Франшиза
15.	Законодательство в сфере торговли
16.	Создание клиентоориентированной организации
17.	Управление взаимоотношениями с потребителями CRM
18.	Эффективный клиентский отдел
19.	Процедуры участия в госзакупках и тендерах
20.	Уникальное торговое предложение
21.	Бизнес-моделирование
22.	Предпринимательская экосистема
23.	Инструменты продвижения offline
24.	Методики масштабирования бизнеса
25.	Функции и показатели результативности специалистов отдела продаж
26.	Порядок создания рекламы в Google Ads
27.	Порядок создания рекламы в Яндекс Директ
28.	Реклама в соцсетях Facebook
29.	Реклама в соцсетях Instagram
30.	Реклама в соцсетях Vkonakte
31.	Дистрибьюторы и их роль в продаже инновационной продукции
32.	Дилеры и их роль в продаже инновационной продукции
33.	Франчайзинг как один из видов продвижения продукции
34.	Этапы разработки стратегии интернет продвижения
35.	Этапы масштабирования бизнеса
36.	Порядок создания интернет маркетинга
37.	Методики продвижения в социальном медиа
38.	Этапы создания клиентоориентированной организации
39.	Метрики анализа веб-страниц
40.	Интернет маркетинг и его роль в современном мире

9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

9.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
	1.1. Стратегии интернет продвижения инновационной продукции	ПК-2	
	1.2. Управление проектированием сайтов	ПК-2	
	1.3. Реализация стратегий контекстной рекламы в Интернет и соцсетях.	ПК-2	
	1.4 SEO оптимизация сайта и продающих страниц	ПК-2	
	1.5. Таргетированная реклама. Реклама в соцсетях	ПК-2	
	1.6 Медийная реклама	ПК-2	
7	1.7. E-mail маркетинг	ПК-2	
8	1.8 Продвижение в социальном медиа	ПК-2	
9	1.9 Веб-аналитика	ПК-2	
10	1.10 Мобильный маркетинг	ПК-2	
11	2.1. Этапы создания инфраструктуры под инновационный проект	ПК-2	
12	2.2. Создание активного отдела продаж. Функции и показатели результативности специалистов отдела продаж	ПК-1	Задание 1
13	2.3. Создание сети дилеров	ПК-1	

14	2.4. Франшиза	ПК-1	
15	2.5. Законодательство в сфере торговли	ПК-1	
16	2.6. Создание клиентоориентированной организации	ПК-1	
17	2.7. Управление взаимоотношениями с потребителями CRM	ПК-1	
18	2.8 Эффективный клиентский отдел	ПК-1	Задание 2
19	2.9 Процедуры участия в госзакупках и тендерах	ПК-1	
20	3.1 Уникальное торговое предложение	ПК-1	Задание 3
21	3.2 Бизнес-моделирование	ПК-1	
22	3.3 Предпринимательская экосистема	ПК-1	
	4.1 Инструменты продвижения offline	ПК-1	
24	4.2 Методики масштабирования бизнеса	ПК-1	
25	Итоговое тестирование	ПК-1, ПК-2	Итоговый тест. Вопросы к промежуточной аттестации

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

9.2.1. Задание 1

Задание. Проведите анализ ваших конкурентов на выбранной территории. Заполните таблицы представленные ниже

Шаг 1. Выявление конкурентов.

На данном шаге, вам необходимо определить своих конкурентов и ранжировать их по категориям: ключевой, прямой и косвенный. Расставить крестики в соответствующих клетках. Как показано в примере.

Название компании+описание	Определение конкурента		
	ключевой	прямой	косвенный
Конкурент 1	+		
Конкурент 2		+	
Конкурент 3			+
Конкурент 4		+	

Шаг 2 Создание профиля конкурентов

Выделить основные характеристики ваших конкурентов и расставить крестики в соответствующих клетках.

	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
Характеристика 1	+		
Характеристика 2		+	
Характеристика 3		+	+
Характеристика 4	+	+	

Шаг 3. Свойства конкурентов.

Определить свойства конкурентов (например: цена, качество, гарантийное обслуживание и т.д.). Ранжировать свойства по 5-ти балльной шкале для каждого конкурента. Если 5-4 балла то данное свойство, у данного конкурента имеет самые высокие показатели (например: качество лучшее, цена самая адекватная и т.д.). Если 3-2 балла, то свойство у данного конкурента оставляет желать лучшего. Если 1 балл, то данное свойство имеет самые низкие показатели на рынке.

Свойства	Ваша компания	Конкурент А	Конкурент Б	Конкурент В	Конкурент Г
Свойство 1	✓ 5	✓ 4	✓ 4	✓ 3	✓ 3
Свойство 2	✓ 5	✓ 5	✓ 5	✓ 4	✓ 5
Свойство 3	✗ 1	✓ 5	✓ 5	✓ 4	✓ 5
Свойство 4	✗ 0	✓ 5	✗ 1	✓ 5	✗ 0
Свойство 5	✗ 0	✓ 4	✗ 1	✓ 4	✓ 4
Свойство 6	✓ 5	✓ 4	✗ 1	✓ 4	✗ 0
Свойство 7	✓ 4	✓ 3	!2	!3	✓ 4
Свойство 8	✓ 4	✓ 4	!2	!3	✓ 4
Свойство 9	!3	✓ 5	✗ 1	!2	✓ 5
Свойство 10	✗ 1	✓ 5	✗ 1	✓ 5	✓ 4

Шаг 4. Анализ цены конкурентов

На данном шаге проводится анализ рынка конкурентов по цене, от самой низкой до самой высокой. Расставляются цены в соответствующих клетках, как показано в примере.

Конкуренты	Самая низкая цена	Самая высокая цена	Средняя цена
Ваша компания	38	40	19
Конкурент А	65	27	27
Конкурент Б	15	16	45
Конкурент В	30	30	84
Конкурент Г	11	45	52
Конкурент Д	15	22	74

Конкурент Е	25	67	23
-------------	----	----	----

Шаг 5. Позиция конкурента на рынке

И на завершающем шаге, определяется позиция конкурента в настоящее время на рынке по выделенным параметрам.

- насколько конкурент известен и что о нем знают;
- какую ценовую характеристику (дорогой или недорогой) ему дает потребитель;
- какую качественную характеристику (хороший или плохой) товару конкурента дает потребитель;
- когда и зачем клиент идет в конкуренту (специализированный товар или общего назначения);
- какой посыл несет конкурент потребителю (обещание в рекламе);
- как часто покупатель обращается к продукту конкурента

Параметры	Ваша Компания	Конкурент А	Конкурент Б
Обещание потребителю			
Ассоциации потребителя			
Восприятие цены			
Оценка качества продукции			
Частота обращения клиента			
Известность компании в %			
Известность продукта в %			
Лояльность к продукту в %			

В результате пройденного кейса, вы научитесь определять своих конкурентов на рынке, ранжировать их по значимости, а также определять позицию, которую они в настоящий момент занимают на рынке,

Критерии оценки:

10 баллов – за правильное решение задачи и сделанными выводами

8 баллов – за правильное решение задачи без аргументированных выводов

6 баллов– за решение задачи с одной ошибкой, и без выводов

4 балла– за решение задачи с тремя незначительными ошибками, но с правильным алгоритмом решения

1 балл– за попытку решения задания

Задание 2

Кейс «Составь свое идеальное коммерческое предложение»

Задание: Изучив, образцы коммерческого предложения и рассмотрев алгоритм, составь свое КП.

Алгоритм составления КП.

Помним главное правило! КП не более одной страницы!

1. Описание своей компании, чем вы отличаетесь от конкурентов (1 фраза).
2. Подробное описание товара и его преимущества.
3. Указание цены с учетом НДС/без учета НДС.
4. Условия доставки. Ответ на вопросы: Как? Куда? Время доставки?
5. Упаковка товара. В чем данный товар будет доставлен. Вид упаковки.
6. Персональное КП для каждого клиента. Порядок получения скидки, отсрочки. Индивидуальные условия доставки продукции до клиента.

Критерии оценки:

10 баллов – за правильное решение задачи и сделанными выводами

8 баллов – за правильное решение задачи без аргументированных выводов

6 баллов– за решение задачи с одной ошибкой, и без выводов

4 балла– за решение задачи с тремя незначительными ошибками, но с правильным алгоритмом решения

1 балл– за попытку решения задания

Задание 3

Кейс. «Собрать товары по категориям и брендам»

Задание 1. Изучив материал, представленный на слайдах и используя данные представленные в таблице, соберите продукцию по категориям.

Продукция	Характеристика
Средство для стирки	Вид жидкость, порошок Упаковка (мягкая, жесткая)

	Запах (без запаха, ароматизатор) Все. 250г, 500г., 1 кг Эффект: отбеливающий, усиливающий цвет
Шампунь	Упаковка: бутылка Вес: 50 мл., 150 мл, 250 мл, 500 мл Эффект: объем волос, стимулирование роста, против перхоти, против выпадения
Зубная паста	Упаковка: туба Вес: 50мл, 75 мл, 150 мл Вкус: ароматизатор Цвет: белая, ароматизатор
Полотенце	Способ изготовления: (махровое, вафельное, льняное) Предназначение: (банное, кухонное) Размер (малое, среднее, большое) Цвет: белый, цветные
Косметика	По уходу за лицом По уходу за телом Декоративная
Чайник	Электрический, просто чайник, заварочный Объем: 1л, 1,5л, 2,5л, 3 л. Материал: стекло, металл, пластик
Стиральная машина	Размер: узкая, широкая Цвет: белая, цветная Объем: 3кг, 5кг, 7,5кг, 12кг
Диван	Прямой, угловой, раскладной Ткань: кожа, бархат, велюр

Задание 2. Объединить продукцию в бренды по категориям (бюджетные, средние, высшая).





Критерии оценки:

10 баллов – за правильное решение задачи и сделанными выводами

8 баллов – за правильное решение задачи без аргументированных выводов

6 баллов– за решение задачи с одной ошибкой, и без выводов

4 балла– за решение задачи с тремя незначительными ошибками, но с правильным алгоритмом решения

1 балл– за попытку решения задания

9.1.2 Тестовые задания

1. Выделите 5 составляющих из 7Р маркетинг включает в себя:

- а) продукт;
- б) цена;
- в) место продаж;
- г) продвижение;

- д) окружение;
- е) движение;
- ж) предпродажи;
- з) постобслуживание

2. Укажите инструменты, которые менеджер по продажам использует в своей работе:

- а) презентация компании;
- б) условия продажи;
- в) внешние стимулирования клиентов;
- г) продукт;
- д) система управления продажами;

3. Коммерческое предложение включает в себя:

- а) описание продукта;
- б) описание компании;
- в) описание рынка;
- г) описание цен;
- д) условия доставки;
- е) основных поставщиков.

4. Составляющие «Продажи категории»:

- а) Определение категории;
- б) цепи категории;
- в) цели категории;
- г) стратегия и тактика категории;
- д) проверка категории

5. Роли категорий:

- а) имиджевая категория;
- б) сезонная категория;
- в) компетентностная категория;
- г) основная категория;
- д) стимулирующая категория

6. Категория и бренд создаются на том рынке, на котором нет конкуренции – это стратегия...

- а) голубого океана;
- б) красного океана;
- в) зеленого океана;
- г) желтого океана

7. Выделите основные проблемы, с которыми сталкиваются продавцы:

- а) неправильное определение рынка;
- б) неправильная организация продаж;

- в) неправильное поведение продавцов;
- г) неправильный выбор конкурентов;
- д) неправильная организация рекламы

8. В состав территории входит:

- а) емкость товаров на рынке;
- б) реальный объем продаж;
- в) местоположение;
- г) сегментация рынка;
- д) конъюнктура рынка

9. Стратегия продаж включает в себя:

- а) 10;
- б) 6;
- в) 5

10. Образовательные технологии и методические указания по освоению дисциплины (учебного курса)

При изучении дисциплины (учебного курса) используются дистанционные образовательные технологии.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (учебного курса)

11.1. Обязательная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Количество в библиотеке
1.	Николаева И. П. Экономическая теория [Электронный ресурс] : учебник / И. П. Николаева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2017. - 327 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02750-5	учебник	ЭБС "ZNANIUM.COM"
2.	Ермишина Е. Б. Микроэкономика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / Е. Б. Ермишина, Т. В. Долгова. - Краснодар : Южный ин-т менеджмента, 2017 ; Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 197 с. - ISBN 978-5-93926-303-0.	учеб. пособие	ЭБС "IPRbooks"
3.	Малкина М. Ю. Микроэкономика [Электронный ресурс] : практикум : учеб. пособие / М. Ю. Малкина. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 176 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005721-7.	практикум : учеб. пособие	ЭБС "ZNANIUM.COM"
4.	Микроэкономика [Электронный ресурс] : промежуточный уровень : учеб.-метод. пособие / под общ. ред. В. А. Чахоян. - Москва : ИНФРА-М, 2017. - 176 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005377-6.	учеб.-метод. пособие	ЭБС "ZNANIUM.COM"

11.2. Дополнительная литература и учебные материалы (аудио-, видеопособия и др.)

- фонд научной библиотеки ТГУ:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видео-пособия и др.)	Количество в библиотеке
1.	Смолина, В. А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Электронный учебник] / В. А. Смолина. — М. : Инфра-Инженерия, 2019. — 252 с. — ISBN 978-5-9729-0259-0.	учебник	ЭБС "IPRbooks"

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видео-пособия и др.)	Количество в библиотеке
2.	Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс]: / Н. Ермолова ; под редакцией Н. Нарциссовой. — 2-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 408 с. — ISBN 978-5-9614-4754-5.	учебник	ЭБС "IPRbooks"
3	Стартап-гайд: Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес [Электронный ресурс] / Пол Грэм, С. Ашин, Н. Давыдов [и др.] ; под редакцией М. Р. Зобниной. — М. : Альпина Паблишер, 2019. — 176 с. — ISBN 978-5-9614-4824-5.	учебник	ЭБС "IPRbooks"
4	Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — М. : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. — ISBN 978-5-9729-0217-0.	Учебное пособие	ЭБС "IPRbooks"
5	Катаев, А. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4.	Учебное пособие	ЭБС "IPRbooks"

• другие фонды:

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, аудио-, видео-пособия и др.)	Место хранения (методический кабинет кафедры, городские библиотеки и др.)
1	Технологии продвижения продукции на рынок: электронный контент - Тольятти: Изд-во ТГУ. - образовательная среда Росдистант	Электронное издание	образовательная среда Росдистант

СОГЛАСОВАНО

Директор научной библиотеки

(подпись)

_____ А.М. Асаева
(И.О. Фамилия)

«__» _____ 20__ г.

МП

11.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

- WebofScience[Электронный ресурс] : мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016– . – Режим доступа : apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus[Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004– . – Режим доступа : scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва : НЭБ, 2000– . – Режим доступа : elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- SpringerLink[Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland: SpringerNature, 1842– . – Режим доступа : link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- ScienceDirect[Электронный ресурс] : коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2018– . – Режим доступа : sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Cambridgeuniversitypress[Электронный ресурс] : журналы издательства. – Cambridge: Cambridgeuniversitypress, 2018– . – Режим доступа : cambridge.org. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- NEICON[Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва : НЭИКОH, 2002– . – Режим доступа : neicon.ru/resources/archive. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

11.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Количество лицензий	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc	-	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard:		
	Office Stdandard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition	-	контракт № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно
	Office Stdandard 2016 Russian OLP NL AcademicEdition	-	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 727 от 20.07.2016, срок действия – бессрочно
3	Mirapolis Human Capital Management	-	лицензионный договор № 42/02/22-К от 02.02.2022, срок действия – 31.08.2022

11.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий	Перечень основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др.	Площадь, м ²	Количество посадочных мест
-------	---	---------------------------------	--	-------------------------	----------------------------

1	УЛК-807 Аудитория вебконференций. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации.	Экран телевизионный, ширмы, пожektor на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские. , Транспарант-перетяжка, системный блок .	445020, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, 16 В	17,1	1
2	Г-401 Помещение для самостоятельной работы студентов	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет	445020, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Белорусская, д. 14	84.8	16