

Факультет

производственного менеджмента и маркетинга

Кафедра

Маркетинга и логистики

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

_____ Л.Н. Костина

28.03.2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.09.02

"Маркетинговое консультирование"

Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
Профиль "Маркетинг"

Квалификация	<i>академический бакалавр</i>
Форма обучения	<i>заочная</i>
Общая трудоемкость	<i>33ЕТ</i>
Год начала подготовки по учебному плану	<i>2021</i>

Составитель(и):

канд. экон. наук, доцент

_____ Р.П. Лизогуб

Рецензент(ы):

д-р экон. наук, доцент

_____ В.Ю. Лунина

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Маркетинговое консультирование" разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 г. № 7)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль "Маркетинг"

, утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 28.03.2019 протокол № 9/21.

Срок действия программы: 2021-2026

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от 29.01.2021 № 6

Заведующий кафедрой:

Д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020 - 2021 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2020 г. №__

Зав. кафедрой Л-р экон.наук. доцент. Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021 - 2022 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2021 г. №__

Зав. кафедрой Д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2022 г. №__

Зав. кафедрой Л-р экон.наук. доцент. Барышникова Л.П.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Маркетинга и логистики

Протокол от " ____ " _____ 2023 г. №__

Зав. кафедрой Д-р экон.наук, доцент, Барышникова Л.П.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
формирование теоретических знаний о сущности и задачах маркетингового консультирования, а также в формировании у студентов практических навыков по организации и проведению маркетингового консультирования.	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
<ul style="list-style-type: none"> - сформировать у студентов представление о месте консалтинга в маркетинге; - показать эволюцию взглядов на консультирование; - показать этические и правовые нормы, регулирующие взаимоотношения между консультантом и клиентом; - выделить специфику консультирования по вопросам маркетинга в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях и движениях. 	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.ДВ.09
<i>1.3.1. Дисциплина "Маркетинговое консультирование" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Маркетинг	
Управление жизненным циклом продукта	
Теоретические основы маркетинга	
Концепции современного маркетинга	
Маркетинговые исследования	
<i>1.3.2. Дисциплина "Маркетинговое консультирование" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Брендинг	
Маркетинг закупок	
Маркетинг промышленных предприятий	
Маркетинг услуг	
Международный маркетинг	
Контроллинг маркетинговых систем	
Маркетинговое ценообразование	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ОК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</i>	
Знать:	
Уровень 1	основные логические формы и законы мышления;
Уровень 2	основные понятия логики;
Уровень 3	правила и законы правильного мышления;
Уметь:	
Уровень 1	применять логические знания для решения практических задач
Уровень 2	применять знания логики для обнаружения логических ошибок в мышлении и речи оппонента,
Уровень 3	избегать логических ловушек в дискуссии и полемике.
Владеть:	
Уровень 1	навыками логического мышления для формирования мировоззренческой позиции;
Уровень 2	навыками логического анализа научной, профессиональной и социальной информации;
Уровень 3	логическими приемами спора
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ДПК-14: Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной рекламной и коммерческой деятельности</i>	
Знать:	
Уровень 1	практические подходы и пути разрешения проблем управления инновационным процессом в

	профессиональной деятельности;
Уровень 2	основы оценки эффективности инновационных технологий;
Уровень 3	методы организационного поведения в кризисных ситуациях.
Уметь:	
Уровень 1	использовать инструментарий управления инновационными технологиями;
Уровень 2	методы управления малого предприятия.
Уровень 3	алгоритм управления инновационными технологиями
Владеть:	
Уровень 1	современными моделями разработки стратегии инновационного развития
Уровень 2	основными направлениями разработки стратегии инновационного развития
Уровень 3	основными методами разработки и оценки эффективности инновационных разработок в области рекламной и коммерческой деятельности
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ДПК-1: способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, характеризующие экономические показатели конкурентоспособности предприятия, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет</i>	
Знать:	
Уровень 1	понятия и виды организационных структур при осуществлении международной маркетинговой деятельности;
Уровень 2	функции маркетинга
Уровень 3	задачи международного маркетинга
Уметь:	
Уровень 1	оценивать целесообразность внедрения определенного вида организационной структуры на предприятия;
Уровень 2	осуществлять контроль международной маркетинговой деятельности;
Уровень 3	использовать отечественные и зарубежные источники информации, необходимые для характеристики экономических показателей.
Владеть:	
Уровень 1	методами оценки эффективности международной маркетинговой деятельности;
Уровень 2	методами сбора данных, необходимых для характеристики экономических показателей конкурентоспособности предприятия;
Уровень 3	данных, необходимых для характеристики экономических показателей конкурентоспособности предприятия

В результате освоения дисциплины "Маркетинговое консультирование" обучающийся

3.1	Знать:
	основные логические формы и законы мышления; основные понятия логики; правила и законы правильного мышления; практические подходы и пути разрешения проблем управления инновационным процессом в профессиональной деятельности; основы оценки эффективности инновационных технологий; методы организационного поведения в кризисных ситуациях; функции и задачи международного маркетинга
3.2	Уметь:
	применять логические знания для решения практических задач; применять знания логики для обнаружения логических ошибок в мышлении и речи оппонента; избегать логических ловушек в дискуссии и полемике; использовать инструментарий управления инновационными технологиями; методы и алгоритм управления инновационными технологиями; оценивать целесообразность внедрения определенного вида организационной структуры на предприятии; осуществлять контроль международной маркетинговой деятельности
3.3	Владеть:

навыками логического мышления для формирования мировоззренческой позиции; навыками логического анализа научной, профессиональной и социальной информации; логическими приемами спора: современными моделями и направлениями разработки стратегии инновационного развития; основными методами разработки и оценки эффективности инновационных разработок в области рекламной и коммерческой деятельности, данных, необходимых для характеристики экономических показателей конкурентоспособности предприятия

1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Маркетинговое консультирование" видом промежуточной аттестации является Зачет с оценкой

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины "Маркетинговое консультирование" составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Теоретические аспекты консультирования по вопросам маркетинга						
Тема 1.1. Роль и значение консультирования. /Лек/	2	2	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 1.1. Роль и значение консультирования. /Сем зан/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 1.1. Роль и значение консультирования. /Ср/	2	10	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 1.2. Подходы к консультированию /Лек/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 1.2. Подходы к консультированию /Сем зан/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 1.2. Подходы к консультированию /Ср/	2	12	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

Раздел 2. Раздел 2. Организационные аспекты маркетингового консультирования						
Тема 2.1. Разновидности консультирования /Лек/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 2.1. Разновидности консультирования /Сем зан/	2	2	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 2.1. Разновидности консультирования /Ср/	2	14	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 2.2. Управленческое консультирование /Лек/	2	2	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 2.2. Управленческое консультирование /Сем зан/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 2.2. Управленческое консультирование /Ср/	2	14	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Раздел 3. Практические аспекты маркетингового консультирования						
Тема 3.1. Организационное поведение в кризисных ситуациях /Лек/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 3.1. Организационное поведение в кризисных ситуациях /Сем зан/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 3.1. Организационное поведение в кризисных ситуациях /Ср/	2	14	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 3.2. Роль маркетинговых исследований в маркетинговом консалтинге /Лек/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 3.2. Роль маркетинговых исследований в маркетинговом консалтинге /Сем зан/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 3.2. Роль маркетинговых исследований в маркетинговом консалтинге /Ср/	2	14	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

Раздел 4. Маркетинговое консультирование						
Тема 4.1. Консультирование на микроуровне предприятия /Лек/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.1. Консультирование на микроуровне предприятия /Сем зан/	2	2	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.1. Консультирование на микроуровне предприятия /Ср/	2	6	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.2. Консультирование на макроуровне предприятия /Лек/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.2. Консультирование на макроуровне предприятия /Сем зан/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.2. Консультирование на макроуровне предприятия /Ср/	2	4	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.3. Консультирование в общей системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов /Лек/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.3. Консультирование в общей системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов /Сем зан/	2	0	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	
Тема 4.3. Консультирование в общей системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов /Ср/	2	8	ДПК-1 ДПК-14 ОК-1	Л1.1 Л1.2 Л2.1, Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Маркетинговое консультирование" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины "Маркетинговое консультирование" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы обучающихся, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гончарук В.А.	Маркетинговое консультирование / В.А. Гончарук. - 248 с.	М.: Дело, 2018.
Л1.2	Т. В. Евстигнеева	Маркетинговое консультирование : учебное пособие (215 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2017
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Н. В. Агаркова, В. Е. Малиненко	Маркетинг : учебно-методическое пособие (323 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2017
3. Методические разработки			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Р. П. Лизогуб, А. О. Филиппок	Маркетинговые исследования : методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 3 курса ОУ «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной / заочной форм обучения (69с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Электронный каталог изданий ГОУ ВПО "ДОНАУИГС"	http://unilib.dsum.internal/	
Э2	Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской -	http://www.lib-dpr.ru/	
Э3	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/ УП: 38.04.02-Л 2021-ОФ.plx стр. 10	
Э4	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru/defaultx.asp	
Э5	Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН)	http://www.ipr-ras.ru/libr.htm	
4.3. Перечень программного обеспечения			
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:			
Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:			
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.			
Информационные технологии: электронная почта, форумы, Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:			
– компьютерная техника и системы связи используются для создания, сбора и обработки информации;			
– электронные презентации;			
– электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь для взаимодействия с обучающимися;			
– дистанционные занятия с использованием виртуальной обучающей среды Moodle;			

– Яндекс.Телемост, SberJazz, VK Звонки используются для проведения дистанционного обучения и консультаций;
– электронные библиотечные ресурсы ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС"

Программное обеспечение: Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Word

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" - <http://unilib.dsum.internal/>
Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>
Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>
УП: 38.04.02-Л 2021-ОФ.plx стр. 10
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU -<http://elibrary.ru/defaultx.asp>
Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) –
<http://www.ipr-ras.ru/libr.htm>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория №208 учебный корпус № 2. –адрес:2 учебный корпус, г. Донецк, пр. Богдана Хмельницкого, 108(ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»)
комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).
1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №208 учебный корпус №2.-адрес 2 учебный корпус, г. Донецк, пр. Богдана Хмельницкого, 108 (ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»)
- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;
1.3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.
Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ГОУ ВПО ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.
Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1С ERP УП, 1С ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Сfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3)

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

- 1.Какие основные факторы, влияют на выбор консалтинговых компаний?
- 2.Какие основные ошибки при выборе консультанта?
- 3.Расскажите об отличиях экспертного, обучающего и процессного консультирования
- 4.Какие навыки Вы считаете самыми важными для консультанта и почему?
- 5.Расскажите, как провести презентацию своих идей перед руководством?
- 6.Предложите пять практических советов, которые помогли бы менеджеру клиентской организации управлять временем.
«Навыкам консультанта нельзя обучиться в классе». Прокомментируйте это высказывание.
- 7.Перечислите основные принципы работы консультанта.

8. Какова связь между установлением контакта и доверием?
 9. Разработайте консалтинговый проект с целью помочь клиентской организации усовершенствовать умение персонала устанавливать контакт. Подумайте о задачах проекта и процессе работы над ним.
 10. Становление и развитие консалтинга.
 11. Общая система консультационных услуг.
 12. Методы сбора данных в изучении экономических структур, процессов и отношений.
 13. Модели консалтинга.
 14. Антикризисный консалтинг в системе анализа экономической системы и изучения экономических отношений в обществе.
 15. Антикризисный консалтинг как система социального прогнозирования и управления экономическими процессами.
 16. Диагностика экономической ситуации.
 17. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения конфликтов.
 18. Использование современных информационных технологий в качестве механизма регулирования конфликтов.
 19. Организационное поведение в кризисных ситуациях.
 20. Методика и техника проведения мониторинга социально-экономических процессов.
 21. Функции и принципы проведения мониторинга в целях управления экономическими системами и процессами.
 22. Управленческие решения в экономической сфере.
 23. Планирование консалтинговой деятельности.
 24. Организационное развитие как консалтинговая деятельность.
 25. Принятие управленческих решений с помощью консультантов, консалтинговых служб и фирм.
 26. Управленческое консультирование в сфере оптимизации структуры организации.
 27. Консалтинговые услуги по выявлению соответствующих сегментов рынка и категорий клиентов.
 28. Применения консалтинга в системе общественных связей и в системе информационно-коммуникационных процессов.
 29. Технология социального моделирования.
 30. Имидж структуры организации.
 31. Методика оказания консультационных услуг по формированию и поддержанию имиджа организации.
 32. Планирование PR-акций.
 33. Формирование уникальных предложений.
 34. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия на людей в процессе общения.
 35. Медиапланирование. Структура и показатели медиаплана.
 36. Медиапланирование: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы.
 37. Технология социального моделирования.
 38. Консультант: планирование переговорного процесса и различных акций.
 39. Реклама и ее воздействие на общественное сознание и предпочтения аудитории.
 40. Информационное воздействие средств массовой информации на формирование предпочтений.
 41. Социологическое изучение механизмов формирования общественного мнения.
 42. Консалтинговые услуги в области бренд-менеджмента.
 43. Консалтинговые услуги по созданию бренда.
 44. Консалтинговые услуги по продвижению бренда.
 45. Консалтинговые услуги в сфере социального PR.
 46. Консалтинговые услуги в оптимизации внутрикорпоративных отношений.
 47. PR-консалтинговые услуги по повышению инвестиционной привлекательности организации.
- Контрольные вопросы для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (экзамен)
- Раздел 1. Теоретические аспекты консультирования по вопросам маркетинга
- Тема 1.1. Роль и значение консультирования
1. Значение маркетинговых исследований в маркетинговом консалтинге.
 2. Выбор бизнес-консультантов.
 3. Проблемные семинары.
 4. Обеспечение надежности информации консалтинговых агентств.
 5. Основные ошибки при выборе консалтинговой компании и консультанта.
- Тема 1.2. Подходы к консультированию.
6. Проблемные совещания.
 7. Консультационные услуги внешних консультативных фирм и консультационная работа собственных служб и специалистов по диагностике ситуации и устранению (локализации) организационных конфликтов.

8. Предпосылки к применению консультирования.
 9. Разработка концепции консультационной услуги в системе антикризисного управления и регулирования.
 10. Общие и специфические черты консалтинговых услуг.
- Раздел 2. Организационные аспекты маркетингового консультирования
- Тема 2.1. Разновидности консультирования.
1. Переговорные технологии.
 2. Выработка рекомендаций по реорганизации структуры и процессов.
 3. Становление отечественного консалтинга.
 4. Постановка деятельности служб.
 5. Технология социально-экономического моделирования.
- Тема 2.2. Управленческое консультирование.
1. История возникновения и развития мирового консалтинга.
 2. Индивидуальное консультирование.
 3. Консультации по оптимизации структуры организации.
 4. Значение консалтинга на макроуровне.
 5. Индивидуальное консультирование.
- Раздел 3 Практические аспекты маркетингового консультирования
- Тема 3.1. Организационное поведение в кризисных ситуациях
1. Особенности применения на практике моделей экспертного, процессного, обучающего консалтинга.
 2. Применение маркетинга на микроуровне.
 3. Маркетинговый консалтинг как модель формирования экономического лидера.
 4. Виды маркетинговых исследований в маркетинговом консалтинге.
 5. Рабочие группы.
- Тема 3.2. Роль маркетинговых исследований в маркетинговом консультировании.
1. Обзор моделей консалтинга.
 2. Значение маркетинговых исследований в маркетинговом консалтинге.
 3. Выбор бизнес-консультантов.
 4. Организационно-правовые и финансовые отношения консалтинговых агентств с пользователями их результатов.
 5. Обеспечение надежности информации консалтинговых агентств.
- Раздел 4. Маркетинговое консультирование общественных связей и процессов
- Тема 4.1. Консультирование на микроуровне предприятия.
1. Бизнес-тренинги.
 2. Выбор консалтинговой организации.
 3. Применение маркетинга на макроуровне.
 4. Деловые игры.
 5. Проблемно и клиенто-ориентированный консалтинг.
- Тема 4.2. Консультирование на макроуровне предприятия.
1. Консалтинговая деятельность в области PR.
 2. Индивидуальное консультирование.
 3. Использование услуг профессиональных консультантов и консалтинговых компаний.
 4. PR-консалтинг: зарубежный опыт.
 5. Переговорные технологии.
- Тема 4.3. Консультирование в общей системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов.
1. Консалтинговая деятельность в области маркетинга.
 2. Клиент PR-консалтинга.
 3. Проблемные группы
 4. Консалтинговая деятельность в различных сферах жизни общества.
 5. Распределение сфер деятельности между PR-отделом и PR-консалтинговыми структурами.
 6. Номинальные группы.

5.2. Темы письменных работ

Примерные темы рефератов / докладов по дисциплине

1. Отличия маркетингового консультирования от других видов консультирования
2. Основные препятствия на пути развития консалтинга в России и возможные способы их преодоления
3. Обзор рынка консалтинговых услуг города Ульяновска: количество действующих консалтинговых фирм, сфера деятельности, перечень услуг.
4. Управление процессом изменения в организации.

5. Поведенческие роли консультанта.
6. Вопросы культуры при проведении консультирования.
7. Профессиональные ассоциации и кодексы поведения консультантов.
8. Особенности составления отчета консультанта.
9. Коучинг и консалтинг: основные отличия.
10. Аутсортинг маркетинговых услуг.
11. Особенности продвижения продукта на рынке с помощью консалтинговой фирмы.
12. Основные правила презентации.
13. Деловые беседы, переговорные технологии.
14. Телефонные переговоры.
15. Эффективное использование рабочего времени.
16. Организация рабочего места.
17. Конфликты, разрешение конфликтных ситуаций.
18. Разработка должностных инструкций сотрудников отдела маркетинга.
19. Разработка стандартов деятельности отдела маркетинга.
20. Правовые аспекты деятельности консалтинговых фирм.

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинговое консультирование" разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".
Фонд оценочных средств дисциплины "Маркетинговое консультирование" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (письменные домашние задания, ответы на вопросы, тестовые задания, контроль знаний по разделам), оценки активности работы обучающихся на занятии, включая задания для самостоятельной и индивидуальной работы.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках изучения дисциплины:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение заданий по контролю знаний.

Рекомендуется с самого начала освоения учебного материала работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы имеют определенную специфику. При освоении материала обучающийся может пользоваться библиотекой ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к выполнению контроля знаний по разделам

К контролю знаний по разделам необходимо готовиться путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений отдельных домашних заданий. Однако каждый обучающийся должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации обучающимся по подготовке к итоговому контролю

При подготовке к итоговому контролю обучающийся должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контроль знаний по разделам.