

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.16 УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ

Направление подготовки (специальность) 08.05.01 Строительство уникальных зданий и сооружений

Профиль подготовки (специализация) 08.05.01.01 Строительство высотных и большепролетных зданий и сооружений

Форма обучения очная

Год набора 2019

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили
доцент, к.э.н Шибеева Т.А.

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины:

Цель дисциплины - формирование у студентов современной системы взглядов и специальных знаний маркетинга строительной отрасли, приобретение практических навыков выполнения исследований рынков, знакомство с сущностью маркетинга инвестиционной и инновационной деятельности в отрасли, организационными маркетинговыми формами и структурами в строительстве.

1.2 Задачи изучения дисциплины:

приобретение знаний, умений и навыков по вопросам: маркетинговых информационных систем, получение и анализа маркетинговой информации, стратегического и оперативного планирования маркетинговой политики

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
	УК-1.3 Сбор и систематизация информации по проблеме УК-1.4 Выбор информационных ресурсов для поиска информации о проблемной ситуации УК-1.5 Оценка адекватности информации о проблемной ситуации путём выявления диалектических и формально-логических противоречий в анализируемой информации
ПК-11	Способность управлять проектом строительства высотных и большепролетных зданий и сооружений
	ПК-11.1 Оперативное планирование, координация, организация и проведение строительного контроля в процессе строительства, реконструкции, капитального ремонта объектов капитального строительства ПК-11.2 Координация процессов строительного производства на участке строительства ПК-11.3 Способы и методы оперативного управления строительным производством (управление по проектам, сетевое планирование, календарное планирование, проектное планирование, сводное планирование) ПК-11.4 Ведение текущей и исполнительной документации по производственной деятельности участка строительства ПК-11.5 Обеспечение взаимодействия производственных, обеспечивающих и вспомогательных подразделений строительной организации

1.4 Особенности реализации дисциплины.

URL-адрес и название электронного обучающего курса

<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=37146>

Дисциплина реализуется с применением ЭО и ДОТ

2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		11
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	1,5 (54)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
практические занятия	1 (36)	1 (36)
Самостоятельная работа обучающихся	0,5 (18)	0,5 (18)
Вид промежуточной аттестации (Зачет)		Зачёт

3 Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Вид работ	Темы занятия	Объем часов	Семестр /курс	Часы в эл. формате	РО	Мероприятия текущего контроля и ПА
Раздел 1.							
1.	Лек	Социально-экономическая основа маркетинга в строительном комплексе	2	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
2.	Пр	Социально-экономическая основа маркетинга в строительном комплексе	6	11	6	УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
3.	Ср	Социально-экономическая основа маркетинга в строительном комплексе	3	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
4.	Лек	Маркетинговая среда в строительном комплексе	2	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
5.	Пр	Маркетинговая среда в строительном комплексе	6	11	2	УК-1	вопросы к зачету
6.	Ср	Маркетинговая среда в строительном комплексе	3	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
7.	Лек	Сегментация рынка и анализ конкурентов в строительном комплексе	4	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
8.	Пр	Сегментация рынка и анализ конкурентов в строительном комплексе	4	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
9.	Ср	Сегментация рынка и анализ конкурентов в строительном комплексе	3	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
10.	Лек	Исследование товарного рынка в строительном комплексе	4	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
11.	Пр	Исследование товарного рынка в строительном комплексе	8	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
12.	Ср	Исследование товарного рынка в строительном комплексе	3	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
13.	Лек	Товарная политика и ценообразование в строительном комплексе	2	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
14.	Пр	Товарная политика и ценообразование в строительном комплексе	6	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
15.	Ср	Товарная политика и ценообразование в строительном комплексе	3	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету

16.	Лек	Маркетинговые коммуникации в строительном комплексе	4	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
17.	Пр	Маркетинговые коммуникации в строительном комплексе	6	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
18.	Ср	Маркетинговые коммуникации в строительном комплексе	3	11		УК-1,ПК-11	вопросы к зачету
Раздел 2. контроль							
1.	Зачёт	зачет		11		УК-1,ПК-11	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: учебное пособие по маркетингу для студентов вузов гуманитарного профиля и учреждений дополнительного образования. - Москва: Финансы и статистика, 2003. - 560 с..

2. Васильева З. А., Говорина О. В., Карпычева О.В. Управление маркетингом: учебное пособие. - Красноярск: ИПК СФУ, 2007. - 92 с..

3. Котлер Ф. Основы маркетинга: научное издание. - М.: Книга и бизнес, 2004. - 702 с..

4. Юшкова Л. В., Веремеенко О. С., Алешина О. Г. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс [для студентов напр. 100700.62 «Торговое дело», профиля 100 700.62.05 «Маркетинг в торговой деятельности»]. - Красноярск: СФУ, 2015. - – Режим доступа: http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/ELIB_DC/UMKD/i-485835199.exe .

5. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистров. - М.: Юрайт, 2012. - 343 с..

6. Данько Т. П. Управление маркетингом: учеб. пособие для вузов. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 334 с..

7. Котлер Ф. Основы маркетинга: научное издание. - М.: Книга и бизнес, 1995. - 702 с..

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft Windows Professional 7 Russian. Операционная система Windows.

2. Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian. Офисный пакет Microsoft Office.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронная правовая система "КонсультантПлюс". <https://www.consultant.ru>

Электронная правовая система "КонсультантПлюс"

Электронно- правовая ситтема «Система ГАРАНТ»

2. Электронно- правовая ситтема «Система ГАРАНТ». <https://ivo.garant.ru>

Электронная правовая система "КонсультантПлюс"

Электронно- правовая ситтема «Система ГАРАНТ»

5 Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля), хранится на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины (модуля).

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Назначение	Оборудование и ПО
учебная аудитория для проведения лекционных, семинарских и практических занятий	специализированная мебель, демонстрационное оборудование, АРМ преподавателя, подключение к сети «Интернет» и индивидуальный неограниченный доступ в ЭИОС университета