

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Сибирский государственный индустриальный университет»

Кафедра автоматизации и информационных систем

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института  
информационных технологий и  
автоматизированных систем  
\_\_\_\_\_ Л.Д. Павлова  
подпись  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинговые исследования и планирование перспективных систем  
автоматизации

15.04.04 «Автоматизация технологических процессов и производств»  
(направленность (профиль): «Автоматизация технологических  
процессов и производств»)

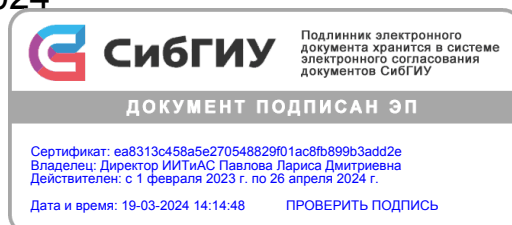
Квалификация выпускника  
Магистр

Форма обучения  
Очная форма

Срок обучения: 2 года

Год начала подготовки 2024

Новокузнецк  
2024



## 1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

- формирование у обучающихся системных знаний, практических умений и навыков в области проведения маркетинговых исследований и планирования перспективных систем автоматизации.

Задачами учебной дисциплины являются:

- дать обучающимся научное представление о сущности маркетинга, методологии проведения маркетинговых исследований, стратегиях и комплексе маркетинга; содержании и структуре бизнес-плана;
- сформировать навыки разработки и обоснования маркетинговых решений и бизнес-планирования.

## 2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 15.04.04 «Автоматизация технологических процессов и производств».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

- Автоматизированные системы управления типовыми технологическими процессами;
- Обзор методов теории управления.

Учебная дисциплина дополняет знания и умения, получаемые по одновременно изучаемым и последующим учебным дисциплинам:

- Разработка и реализация проектов 2;
- Проектирование систем автоматизации управления;
- Управление изменениями в системах автоматизации.

## 3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

### – Общепрофессиональные компетенции

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Планируемые результаты обучения
	ОПК-7: Способен проводить маркетинговые исследования и осуществлять	ОПК-7.1 Выполняет исследование рынка новых систем и средств автоматизации	– знать: этапы и методологию проведения маркетинговых исследований.

подготовку бизнес-планов выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения	технологических процессов	– уметь: проводить анализ маркетинговой среды и рыночных возможностей компании.
	ОПК-7.2 Формирует бизнес-планы в области разработки и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов	– знать: методологию разработки бизнес-планов организации. – уметь: формировать бизнес-план по разработке и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов.
	ОПК-7.3 Определяет конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации технологических процессов	– знать: параметры, определяющие конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации технологических процессов. – уметь: проводить сравнительный анализ систем и средств автоматизации технологических процессов.
ОПК-8: Способен осуществлять анализ проектов стандартов, рационализаторских предложений и изобретений в области машиностроения подготавливать отзывы и заключения по их оценке	ОПК-8.1 Осуществляет постановку и решение задачи анализа проектов стандартов и других нормативных документов	– знать: критерии эффективности перспективных систем автоматизации. – уметь: анализировать проекты стандартов и других нормативных документов с учетом критериев эффективности.

#### 4 Объем и содержание учебной дисциплины

Учебные занятия по учебной дисциплине проводятся в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа включает в себя занятия лекционного типа (лекции), занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы), промежуточную аттестацию обучающихся и иные формы взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации ООП на иных условиях, в том числе при проведении промежуточной аттестации обучающихся. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

### Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		<b>ИТОГО</b>	<b>5 семестр</b>
Форма промежуточной аттестации			экзамен
Трудоёмкость	<i>академ. час.</i>	<b>180</b>	<b>180</b>
	<i>зачетных единиц</i>	<b>5</b>	<b>5</b>
Лекции, <i>академ. час.</i>		<b>8</b>	<b>8</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Лабораторные работы, <i>академ. час.</i>		<b>0</b>	<b>0</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Практические занятия, <i>академ. час.</i>		<b>16</b>	<b>16</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Курсовая работа / проект, <i>академ. час.</i>		<b>0</b>	<b>0</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Консультации, <i>академ. час.</i>		<b>0</b>	<b>0</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Самостоятельная работа, <i>академ. час.</i>		<b>120</b>	<b>120</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Контроль, <i>академ. час.</i>		<b>36</b>	<b>36</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>

### Содержание учебной дисциплины

Раздел 1 Маркетинговые исследования перспективных систем автоматизации (Основные понятия маркетинга. Системы маркетинговой информации и маркетинговых исследований. Анализ маркетинговой среды. Сегментирование рынка. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара на рынке. Стратегии дифференцирования. Стратегии маркетинга. Комплекс маркетинга. Товарная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникационная политика.);

Раздел 2 Бизнес-планирование (Бизнес-план: цели, содержание. Резюме бизнес-плана. Анализ рынка, оценка конкурентов. Описание продукции, характер бизнеса. План маркетинга. Производственный план. Организационный план. План риска. Финансовый план).

### 5 Перечень тем лекций

№ раздела / темы дисциплины	Темы лекций	Трудоёмкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической

			<b>ПОДГОТОВКИ</b>
Раздел 1.	Основные понятия маркетинга. Системы маркетинговой информации и маркетинговых исследований. Анализ маркетинговой среды. Сегментирование рынка. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара на рынке. Стратегии дифференцирования. Стратегии маркетинга. Комплекс маркетинга. Товарная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникационная политика.	4	
Раздел 2.	Бизнес-план: цели, содержание. Резюме бизнес-плана. Анализ рынка, оценка конкурентов. Описание продукции, характер бизнеса. План маркетинга. Производственный план. Организационный план. План риска. Финансовый план	4	
<b>Итого:</b>		<b>8</b>	<b>0</b>

## 6 Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ раздела / темы дисциплины	Темы практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 1.	Разработка товарной политики. Разработка ценовой политики. Разработка сбытовой политики. Разработка коммуникационной политики.	8	
Раздел 2.	Разработка разделов бизнес-плана системы автоматизации	8	
<b>Итого:</b>		<b>16</b>	<b>0</b>

## 7 Перечень тем лабораторных работ

№ раздела / темы дисциплины	Темы лабораторных работ	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
	<i>Отсутствуют</i>		
<b>Итого:</b>		<b>0</b>	<b>0</b>

### 8 Перечень тем курсовых работ (проектов)

№ раздела / темы дисциплины	Темы курсовых работ (проектов)	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
	<i>Отсутствуют</i>		
<b>Итого:</b>		<b>0</b>	<b>0</b>

### 9 Виды самостоятельной работы

№ раздела / темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 1.	1. Выполнение домашнего задания; 2. Изучение лекционного материала; 3. Подготовка к практическому занятию; 4. Прохождение тестирования.	70	
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	50	
<i>Контроль</i>	<i>Подготовка к экзамену</i>	36	
<b>Итого:</b>		<b>156</b>	<b>0</b>

### 10 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

#### а) литература:

1 Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. – Москва : Юрайт, 2024. – 447 с. – ISBN 978-5-534-17919-4. – URL: <https://urait.ru/bcode/545103> (дата обращения: 02.03.2024);

2 Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – 304 с. – ISBN 978-5-534-08764-2. – URL: <https://urait.ru/bcode/537684> (дата обращения: 02.03.2024);

3 Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. – 2-е изд., пер. и доп. – Москва : Юрайт, 2023. – 570 с. – ISBN 978-5-9916-3640-7. – URL: <https://urait.ru/bcode/533057> (дата обращения: 02.03.2024);

4 Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. – 2-е изд., пер. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – 315 с. – ISBN 978-5-534-05189-6. – URL: <https://urait.ru/bcode/536446> (дата обращения: 02.03.2024);

5 Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г.П. Кожевникова, Б.Е. Одинцов. – Москва : Юрайт, 2024. – 444 с. – ISBN 978-5-534-07447-5. – URL: <https://urait.ru/bcode/536501> (дата обращения: 02.03.2024).

#### **б) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1 Консультант студента : электронно-библиотечная система / ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА». – Москва, [200 – ]. – URL: <http://www.studentlibrary.ru>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

2 ЛАНЬ : электронно-библиотечная система : [коллекция «Инженерно-технические науки»] / ООО «Издательство ЛАНЬ». – Санкт-Петербург, [200 – ]. – URL: <http://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

3 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU : база данных / ООО «НЭБ». – Москва, [200 – ]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа: по подписке;

4 Образовательная платформа ЮРАЙТ / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Москва, [200 – ]. – URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

5 Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Директ-Медиа». – Москва, [200 – ]. – URL: <https://biblioclub.ru>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: <http://www.biblioclub.ru>;

6 Электронная библиотека // Научно-техническая библиотека СибГИУ : сайт. – Новокузнецк, [200 – ]. – URL: <http://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp>. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: <https://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp>;

7 Электронный каталог : сайт / Научно-техническая библиотека СибГИУ. – Новокузнецк, [199 – ]. – URL: <http://libr.sibsiu.ru>. – URL: <https://libr.sibsiu.ru>.

#### **в) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

- ABBYY FineReader;
- Adobe Acrobat Reader;

- Astra Linux Special Edition;
- Kaspersky Endpoint Security;
- Microsoft Office;
- ProjectLibre;
- Р7-Офис.

#### **г) базы данных и информационно-справочные системы:**

1 ГАРАНТ : справочно-правовая система / ООО «Правовой центр «Гарант». – Кемерово, [200 – ]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

2 КонсультантПлюс : справочно-правовая система / ООО «Информационный центр АНВИК». – Новокузнецк, [199 – ]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.;

3 Техэксперт : информационно-справочная система / ООО «Группа компаний «Кодекс». – Кемерово, [200 – ]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

### **11 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины**

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины включает учебные аудитории, оснащенные оборудованием, компьютерной техникой, и техническими средствами обучения, в том числе:

- учебную аудиторию для проведения занятий лекционного типа, оборудованную учебной доской, экраном и мультимедийным проектором;
- учебную аудиторию для проведения занятий семинарского типа (практических занятий), оснащенную мультимедийным проектором;
- учебную аудиторию (помещения) для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, научно-техническую библиотеку СибГИУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 15.04.04 «Автоматизация технологических процессов и производств».

Составитель(и):

заведующий кафедрой Черникова Оксана Петровна (кафедра экономики, учета и финансов. АО Кузнецкбизнесбанк).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры.



## Приложение

### Аннотация

**рабочей программы дисциплины «Маркетинговые исследования и планирование перспективных систем автоматизации»**

**по направлению подготовки (специальности)**

**15.04.04 «Автоматизация технологических процессов и производств»**

**(направленность (профиль): «Автоматизация технологических процессов и производств»)**

**форма обучения – Очная форма**

#### **1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины**

Целями учебной дисциплины являются:

- формирование у обучающихся системных знаний, практических умений и навыков в области проведения маркетинговых исследований и планирования перспективных систем автоматизации.

Задачами учебной дисциплины являются:

- дать обучающимся научное представление о сущности маркетинга, методологии проведения маркетинговых исследований, стратегиях и комплексе маркетинга; содержании и структуре бизнес-плана;
- сформировать навыки разработки и обоснования маркетинговых решений и бизнес-планирования.

#### **2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)**

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 15.04.04 «Автоматизация технологических процессов и производств».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

- Автоматизированные системы управления типовыми технологическими процессами;
- Обзор методов теории управления.

Учебная дисциплина дополняет знания и умения, получаемые по одновременно изучаемым и последующим учебным дисциплинам:

- Разработка и реализация проектов 2;
- Проектирование систем автоматизации управления;
- Управление изменениями в системах автоматизации.

### 3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

#### – Общепрофессиональные компетенции

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Планируемые результаты обучения
	ОПК-7: Способен проводить маркетинговые исследования и осуществлять подготовку бизнес-планов выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения	ОПК-7.1 Выполняет исследование рынка новых систем и средств автоматизации технологических процессов	– знать: этапы и методологию проведения маркетинговых исследований. – уметь: проводить анализ маркетинговой среды и рыночных возможностей компании.
		ОПК-7.2 Формирует бизнес-планы в области разработки и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов	– знать: методологию разработки бизнес-планов организации. – уметь: формировать бизнес-план по разработке и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов.
		ОПК-7.3 Определяет конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации технологических процессов	– знать: параметры, определяющие конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации технологических процессов. – уметь: проводить сравнительный анализ систем и средств автоматизации технологических процессов.
	ОПК-8: Способен осуществлять анализ проектов стандартов, рационализаторских	ОПК-8.1 Осуществляет постановку и решение задачи анализа проектов	– знать: критерии эффективности перспективных систем автоматизации.

	предложений и изобретений в области машиностроения подготавливать отзывы и заключения по их оценке	стандартов и других нормативных документов	– уметь: анализировать проекты стандартов и других нормативных документов с учетом критериев эффективности.
--	--	--	---

#### 4 Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		<b>ИТОГО</b>	<b>5 семестр</b>
Форма промежуточной аттестации			экзамен
Трудоёмкость	<i>академ. час.</i>	<b>180</b>	<b>180</b>
	<i>зачетных единиц</i>	<b>5</b>	<b>5</b>
Лекции, <i>академ. час.</i>		<b>8</b>	<b>8</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Лабораторные работы, <i>академ. час.</i>		<b>0</b>	<b>0</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Практические занятия, <i>академ. час.</i>		<b>16</b>	<b>16</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Курсовая работа / проект, <i>академ. час.</i>		<b>0</b>	<b>0</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Консультации, <i>академ. час.</i>		<b>0</b>	<b>0</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Самостоятельная работа, <i>академ. час.</i>		<b>120</b>	<b>120</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>
Контроль, <i>академ. час.</i>		<b>36</b>	<b>36</b>
в форме практической подготовки		<b>0</b>	<b>0</b>

#### 5 Краткое содержание учебной дисциплины

В структуре учебной дисциплины выделяются следующие основные разделы (темы):

Раздел 1 Маркетинговые исследования перспективных систем автоматизации (Основные понятия маркетинга. Системы маркетинговой информации и маркетинговых исследований. Анализ маркетинговой среды. Сегментирование рынка. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара на рынке. Стратегии дифференцирования. Стратегии маркетинга. Комплекс маркетинга. Товарная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникационная политика.);

Раздел 2 Бизнес-планирование (Бизнес-план: цели, содержание. Резюме бизнес-плана. Анализ рынка, оценка конкурентов. Описание продукции, характер бизнеса. План маркетинга. Производственный план. Организационный план. План риска. Финансовый план).

#### 6 Составитель(и):

заведующий кафедрой Черникова Оксана Петровна (кафедра экономики, учета и финансов. АО Кузнецкбизнесбанк).