

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»)

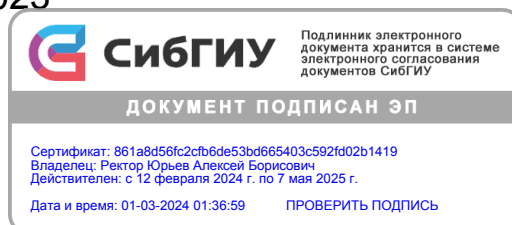
Квалификация выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная форма

Срок обучения: 2 года

Год начала подготовки 2023

Новокузнецк
2023



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, умения и навыки, получаемые по одновременно изучаемым и последующим дисциплинам:

- Программирование в системах реального времени;
- Распределенные информационно-управляющие системы;
- 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.

<p>подготовку бизнес-планов выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения</p>	<p>технологических процессов</p>	<p>– уметь: проводить анализ маркетинговой среды и рыночных возможностей компании. – владеть: навыками сбора и анализа маркетинговой информации.</p>
	<p>ОПК-7.2 Формирует бизнес-планы в области разработки и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов</p>	<p>– знать: методологию разработки бизнес-планов организации. – уметь: формировать бизнес-план по разработке и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов. – владеть: навыками бизнес-планирования в области разработки и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов.</p>
	<p>ОПК-7.3 Определяет конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации технологических процессов</p>	<p>– знать: параметры, определяющие конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации технологических процессов. – уметь: проводить сравнительный анализ систем и средств автоматизации технологических процессов. – владеть: навыками проведения сравнительного анализа систем и средств</p>

			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. – владеть: анализа перспективных систем автоматизации.

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		ИТОГО	3 семестр
Форма промежуточной аттестации			
Трудоёмкость	<i>академ. час.</i>	216	216
	<i>зачетных единиц</i>	6	6
Лекции, <i>академ. час.</i>		16	16
в форме практической подготовки		0	0
Лабораторные работы, <i>академ. час.</i>		0	0
в форме практической подготовки		0	0
Практические занятия, <i>академ. час.</i>		16	16
в форме практической подготовки		0	0
Курсовая работа / проект, <i>академ. час.</i>		0	0
в форме практической подготовки		0	0
Консультации, <i>академ. час.</i>		0	0
в форме практической подготовки		0	0
Самостоятельная работа, <i>академ. час.</i>		130	130

в форме практической подготовки	0	0
Контроль, <i>академ. час.</i>	54	54
в форме практической подготовки	0	0

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	Трудоемкость, <i>академ. час</i>	
		всего	в форме практической подготовки
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.	8	
Раздел 2.	Бизнес-план: цели, содержание. Резюме бизнес-плана. Анализ рынка, оценка конкурентов. Описание продукции, характер бизнеса. План маркетинга. Производственный план.	8	

	Организационный план. План риска. Финансовый план		
Итого:		16	0

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.	Маркетинговые исследования систем автоматизации. Выбор стратегии маркетинга. Разработка товарной политики. Разработка ценовой политики. Разработка сбытовой политики. Разработка коммуникационной политики.	8	
Раздел 2.	Разработка разделов бизнес-плана системы автоматизации	8	
Итого:		16	0

7 Перечень тем лабораторных работ

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

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>		
Итого:		0	0

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	70	

	задания; 2. Изучение лекционного материала; 3. Подготовка к практическому занятию; 4. Прохождение тестирования.		
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	60	
<i>Контроль</i>	<i>Подготовка к экзамену</i>	54	
Итого:		184	0

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

а) литература:

1 Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2022. – 304 с. – ISBN 978-5-534-08764-2. – URL: <https://urait.ru/bcode/490827> (дата обращения: 19.10.2023);

2 Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2022. – 315 с. – ISBN 978-5-534-05189-6. – URL: <https://urait.ru/bcode/489480> (дата обращения: 19.10.2023);

3 Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2022. – 570 с. – ISBN 978-5-9916-3225-6. – URL: <https://urait.ru/bcode/488325> (дата обращения: 19.10.2023);

4 Шишмарёв, В. Ю. Организация и планирование автоматизированных производств : учебник для вузов / В. Ю. Шишмарёв. – 2-е изд. – Москва : Юрайт, 2022. – 318 с. – ISBN 978-5-534-11451-5. – URL: <https://urait.ru/bcode/495491> (дата обращения: 19.10.2023).

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 Национальная электронная библиотека (НЭБ) : информационная система / ФГБУ «РГБ». – Москва, [2015 –]. – URL: <http://rusneb.ru>. – Режим доступа: по подписке;

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

6 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>;

7 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>;

8 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, умения и навыки, получаемые по одновременно изучаемым и последующим дисциплинам:

- Программирование в системах реального времени;
- Распределенные информационно-управляющие системы;
- 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	<ul style="list-style-type: none"> – знать: этапы и методологию проведения маркетинговых исследований. – уметь: проводить анализ маркетинговой среды и рыночных возможностей компании. – владеть: навыками сбора и анализа маркетинговой информации.
		ОПК-7.2 Формирует бизнес-планы в области разработки и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов	<ul style="list-style-type: none"> – знать: методологию разработки бизнес-планов организации. – уметь: формировать бизнес-план по разработке и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов. – владеть: навыками бизнес-планирования в области разработки и реализации перспективных систем автоматизации технологических процессов.
		ОПК-7.3 Определяет конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации технологических	<ul style="list-style-type: none"> – знать: параметры, определяющие конкурентоспособность новых систем и средств автоматизации

		процессов	технологических процессов. – уметь: проводить сравнительный анализ систем и средств автоматизации технологических процессов. – владеть: навыками проведения сравнительного анализа 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. – владеть: анализа перспективных систем автоматизации.

4 Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		ИТОГО	3 семестр
Форма промежуточной аттестации			<i>экзамен</i>
Трудоёмкость	<i>академ. час.</i>	216	216
	<i>зачетных единиц</i>	6	6
Лекции, <i>академ. час.</i>		16	16
в форме практической подготовки		0	0
Лабораторные работы, <i>академ. час.</i>		0	0
в форме практической подготовки		0	0
Практические занятия, <i>академ. час.</i>		16	16
в форме практической подготовки		0	0
Курсовая работа / проект, <i>академ. час.</i>		0	0
в форме практической подготовки		0	0
Консультации, <i>академ. час.</i>		0	0
в форме практической подготовки		0	0
Самостоятельная работа, <i>академ. час.</i>		130	130
в форме практической подготовки		0	0
Контроль, <i>академ. час.</i>		54	54

в форме практической подготовки	0
---------------------------------	---

0

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).