

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.01.2021 15:02:27

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085ac5b9acda1454155621a10ee37e73a19

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра менеджмента, маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 4 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:
экзамен(ы) 7

курсовая работа 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	12	12	12	12
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54	54	54	54
Сам. работа	54	54	54	54
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

Рабочая программа дисциплины Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / сост. к.э.н., доцент Трубникова В.В.; Курск. гос. ун-т. - Курск, 2017. - с.

Рабочая программа составлена в соответствии со стандартом, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 января 2016 г. № 7 "Об утверждении ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)" (Зарегистрировано в Минюсте России 09 февраля 2016 г. № 41028)

Рабочая программа дисциплины "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности" предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинговая деятельность

Составитель(и):

к.э.н., доцент Трубникова В.В. _____ 20____ г.

© Курский государственный университет, 2017

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Приобретение знаний и умений в области управления маркетингом в организациях различных отраслей или сфер деятельности.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ОД
--------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-6: владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций

Знать:

условия и особенности использования управленческих методов

Уметь:

применять полученные теоретические знания в области принятия маркетинговых решений

Владеть:

владеть методами маркетинговых исследований

ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Знать:

методы формирования связей с деловыми партнерами

Уметь:

использовать инструментарий маркетинга

Владеть:

методами сбора и анализа информации

ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

Знать:

сущность рыночных рисков в разных сферах и областях деятельности

Уметь:

использовать инструментарий маркетингового анализа рыночных рисков

Владеть:

умениями и навыками оценки результативности маркетинговой деятельности в разных сферах и отраслях

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятий	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Маркетинг в розничной торговле	Раздел			
1.1	Характеристика торго-вой отрасли и основные задачи маркетинга тор-говли	Лек	7	2	2
1.2	Характеристика торго-вой отрасли и основные задачи маркетинга тор-говли	Пр	7	4	2
1.3	Характеристика торго-вой отрасли и основные задачи маркетинга тор-говли	Ср	7	4	0
1.4	Сегментация потреби-тельского рынка роз-ничного торгового предприятия	Лек	7	2	0
1.5	Сегментация потреби-тельского рынка роз-ничного торгового предприятия	Пр	7	4	0
1.6	Сегментация потреби-тельского рынка роз-ничного торгового предприятия	Ср	7	4	0
1.7	Ассортиментная поли-тика розничного торго-вого предприятия	Лек	7	2	2
1.8	Ассортиментная поли-тика розничного торго-вого предприятия	Пр	7	4	2
1.9	Ассортиментная поли-тика розничного торго-вого предприятия	Ср	7	4	0
1.10	Ценообразование в роз-ничном торговом пред-приятии	Лек	7	2	2
1.11	Ценообразование в роз-ничном торговом пред-приятии	Пр	7	2	2
1.12	Ценообразование в роз-ничном торговом пред-приятии	Ср	7	6	0
	Раздел 2. Маркетинг услуг	Раздел			
2.1	Основные характеристики услуг и их классификация	Лек	7	2	0
2.2	Основные характеристики услуг и их классификация	Пр	7	4	0
2.3	Основные характеристики услуг и их классификация	Ср	7	6	0
2.4	Регулирование сферы услуг и анализ покупа-тельских рисков на рынке услуг	Лек	7	2	0
2.5	Регулирование сферы услуг и анализ покупа-тельских рисков на рынке услуг	Пр	7	4	0
2.6	Регулирование сферы услуг и анализ покупа-тельских рисков на рынке услуг	Ср	7	6	0
2.7	Услуги, связанные со сбытом и эксплуатацией товаров	Лек	7	2	0
2.8	Услуги, связанные со сбытом и эксплуатацией товаров	Пр	7	4	0
2.9	Услуги, связанные со сбытом и эксплуатацией товаров	Ср	7	8	0
2.10	Маркетинг в сфере не-материальных услуг. Маркетинговые техно-логии на рынке услуг	Лек	7	2	0
2.11	Маркетинг в сфере не-материальных услуг. Маркетинговые техно-логии на рынке услуг	Пр	7	4	0
2.12	Маркетинг в сфере не-материальных услуг. Маркетинговые техно-логии на рынке услуг	Ср	7	8	0
	Раздел 3. Промышленный маркетинг	Раздел			

3.1	Рынки и товары произ-водственного назначения	Лек	7	2	0
3.2	Рынки и товары произ-водственного назначения	Пр	7	6	0
3.3	Рынки и товары произ-водственного назначения	Ср	7	8	0

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

5.2. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для текущей и промежуточной аттестации являются приложениями к РПД, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и управления персоналом (протокол № 9 от 28.02.2017г.)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л1.1	Мазилкина Е.И. - Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание): учебник - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.	http://www.iprbookshop.ru/57160.html	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Заглавие	Эл. адрес	Кол-
Л2.1	- Маркетинг в отраслях и сферах деятельности - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086	1
Л2.2	Кулибанова В. В. - Маркетинг в сервисе: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/28E200D9-D9E7-496C-A3AF-BDEF45409221	1
Л2.3	Карпова С. В. - Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CAD467	1
Л2.4	Суслов Н. И. - Фармацевтический маркетинг: Учебное пособие - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/D93AB54A-1D71-46D5-8E30-8E32B583C4F4	1
Л2.5	Шубаева В. Г. - Маркетинг в туристской индустрии: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/BD5114E9-F2FB-43E2-B338-604566FE7BFE	1
Л2.6	Акканина Н. В. - Маркетинг в агропромышленном комплексе: Учебник и практикум - М.: Издательство Юрайт, 2017.	http://www.biblio-online.ru/book/E235B292-B043-4D9F-BF1F-0781FB1A346B	1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Инструменты инвестиционного и финан-сового анализа
Э2	Официальный сайт журнала «Маркетинг 4Р»
Э3	Энциклопедия маркетинга
Э4	Официальный сайт журнала «Новости марке-тинга»
Э5	Журнал «Управление компанией»

6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;
7.3.1.2	Microsoft Office 2003 Suites Open License:41902857
7.3.1.3	Google Chrome Свободная лицензия BSD;
7.3.1.4	7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;
7.3.1.5	Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение.

7.3.1.6	
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	
7.3.2.1	СПС "Консультант Плюс"

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 509. Стол ученический двухместный – 16 шт. Стол офисный однотумбовый прямой 115*67*73 – 1 шт. Стул ученический – 32 шт. Стул полумягкий ERA – 1 шт. Доска аудиторная – 1 шт. Настольная трибуна – 1 шт. Переносной мультимедийный проектор Optoma DX 211 DLP. 2500Lm.XGA.3500: 1, Мобильный ПК EMACHINES E510 – 1 шт.
7.2	Аудитория для самостоятельной работы, 305000, Курская область, г. Курск, ул. Радищева, д. №29, 303. Столов – 55. Посадочных мест – 55. Моноблок (ASUS ET2220I) – 28 шт.
7.3	Комплект мультимедийных презентаций по отдельным разделам/темам дисциплины: «Маркетинг консалтинговых услуг»; «Маркетинг-микс промышленного предприятия»; «Ценовая политика промышленного предприятия»; «Маркетинг в сфере туристических услуг»; «Особенности транспортных услуг».
7.4	

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Студентам необходимо ознакомиться с содержанием рабочей программы, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками, имеющимися на кафедре. Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, поэтому студентам рекомендуется перед очередной лекцией просмотреть по конспекту материал предыдущей. При затруднениях в восприятии материала следует обращаться к основным литературным источникам, к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.</p> <p>Практические занятия имеют следующую структуру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тема практического занятия; - задания состоят из контрольных вопросов, выполнения практических задач, проектов и т. п. - рекомендуемая литература. <p>Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы, которые содержатся в рабочей программе дисциплины в свободном доступе для студентов.</p> <p>К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.</p> <p>Основная литература - это учебники и учебные пособия.</p> <p>Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет-ресурсы.</p> <p>В учебнике/ учебном пособии/ монографии следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро.</p> <p>Студенту следует использовать следующие виды записей при работе с литературой:</p> <p>Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов.</p> <p>Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.</p> <p>Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.</p> <p>Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.</p> <p>Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги и другие виды.</p>	