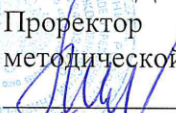


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

 / Шубаева В.Г./

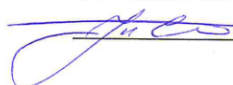
« 19 » 06 20 19 г.

МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Маркетинг и управление брендами
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:

 / к.э.н., доцент Салихова Я.Ю.

Санкт-Петербург
2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	5
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины	5
7.2. Организация самостоятельной работы	6
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	6
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
9.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	7
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса	Error! Bookmark not defined.
10 ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	8
11 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	9

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов комплекса знаний и навыков, способствующих разработке и применению на практике наиболее эффективных стратегий, методов, средств и инструментов маркетинга для формирования и воспроизводства спроса на товары и услуги в отраслях народного хозяйства и сферах деятельности с учетом специфики продукта и особенностей отраслевых рынков.

Задачи учебной дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»:

- рассмотреть теоретические, методические и концептуальные основы маркетинга в отраслях и сферах деятельности;
- сформировать представление об особенностях маркетинга в разных сферах деятельности;
- дать понятие о специфике различных направлений маркетинговой деятельности на отраслевых рынках;
- сформировать словарь профессиональной лексики маркетолога, характерной для разных сфер деятельности;
- развить навыки проведения анализа маркетинговой среды и конкурентных преимуществ предприятий на разных отраслевых рынках;
- развить навыки планирования и реализации маркетинговых политик для разных отраслевых продуктов.

В процессе обучения предполагается текущий контроль усвоения материала и закрепление полученных знаний студентов, а также выработка навыков принятия самостоятельных решений в маркетинговой деятельности посредством рассмотрения конкретных деловых ситуаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ. «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» относится к вариативной части Блока 1 и является выборной для освоения обучающимися после выбора обучающимся направленности (профиля) программы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-13: умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	ПК-13	Декомпозиция I: Знать: принципы и правила исследования, анализа и моделирования маркетинговых и бизнес-процессов в отраслях и сферах деятельности, методы их реорганизации, основные тенденции и особенности развития отраслевых рынков России в том числе рынков B2B 3(I) (ПК-13); Уметь: выявлять и анализировать особенности организации маркетинга в разных сферах деятельности, учитывать

		<p>специфику различных направлений маркетинговой деятельности на отраслевых рынках при моделировании и реорганизации маркетинговых и бизнес-процессов У(І) (ПК-13);</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками и методами моделирования бизнес-процессов и реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций, методами анализа маркетинговой среды и конкурентных преимуществ предприятия на разных отраслевых рынках, методами разработки и реализации маркетинговых политик для различных отраслей и сфер деятельности В(І) (ПК-13)</p>
--	--	---

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 7 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
1. Классификация отраслевых рынков и сфер хозяйственной деятельности	2	-	-	
2. Тенденции и особенности развития современных рынков	2	2	-	8
3. Потребительский маркетинг. Понятие маркетинга В2С	4	4	-	4
4. Промышленный маркетинг. Понятие маркетинга В2В	4	4	-	8
5. Маркетинг товаров производственно-технического назначения	4	4	-	4
6. Маркетинг в сфере обращения	4	2	-	12
Всего по дисциплине:	20	16	-	36

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Классификация отраслевых рынков и сфер хозяйственной деятельности

Понятие отрасли, понятие вида деятельности. Базовые параметры для анализа и классификации отраслей. Классификация секторов и отраслей современной экономики. Подходы к классификации маркетинга по отраслям и сферам деятельности.

Тема 2. Тенденции и особенности развития современных рынков.

Понятие технологического уклада. Эволюция технологических укладов. Особенности развития отраслей и сфер в эпоху цифровой трансформации. Типы современных бизнес-моделей. Инструменты современного маркетинга.

Тема 3. Потребительский маркетинг. Понятие маркетинга B2C

Маркетинг на B2C рынках. Тренды потребительского поведения. Модели потребления на B2C рынках. Управление потребительской вовлеченностью и совместное создание ценности. Бизнес модели на B2C рынках.

Тема 4. Промышленный маркетинг. Понятие маркетинга B2B

Структура B2B рынка. Основные группы участников рынка. Бизнес модели на B2B рынках. Особенности поведения организаций - потребителей на B2B рынке. Особенности процесса закупок на B2B-рынке. Сущность и структура делового продукта. Метод взаимодействия на B2B рынках.

Тема 5. Маркетинг товаров производственно-технического назначения

Особенности маркетинга ППТН. Типология ППТН. Спрос на ППТН. Сетевые исследования промышленных рынков. Анализ степени структурированности рынка. Стратегический промышленный маркетинг.

Тема 6. Маркетинг в сфере обращения

Маркетинг в оптовой и розничной торговле. Потоки в маркетинговых каналах. Типы бизнес моделей в сфере обращения. Эффективность торговых сетей. Бизнес модели в сфере обращения

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
2.	Инструменты современного маркетинга	СЗ / Групповая работа
3.	Бизнес модели на B2C рынках. Совместное создание ценности	СЗ / Презентация
3	Маркетинг вовлечения	ПЗ / Кейс
4.	Бизнес модели на B2B рынках	ПЗ / Кейс
4.	Оценка динамики портфеля покупателей	ПЗ / Решение задачи
1-4	Решение тестовых заданий по темам 1-4. Тест 1.	ПЗ / Тест
5.	Оценка степени структурированности рынка ППТН	ПЗ / Решение задачи
5.	Решение тестовых заданий по теме 5. Тест 2.	ПЗ / Тест
6.	Бизнес модели в сфере обращения	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
3-6	Презентация аналитической работы 1	СЗ / Презентация

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1-6	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 1.
1-4	Подготовка к тесту 1.
5,6	Подготовка к тесту 2.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1, обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- проблемная лекция (темы №№ 2, 3);
- анализ конкретных ситуаций (темы №№ 5, 6);
- кейс-технология (темы №№ 3, 4).

Проблемная лекция - характеризуется проблемным изложением материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу.

Анализ конкретных ситуаций - анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

Кейс-технология - включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Наименование литературы: автор, название, издательство	Основная/доп. литература	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	2	3	4
1. Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Морозов Ю.В., Гришина В.Т., - 9-е изд. – Москва : Дашков и К, 2018. - 448 с.	Осн.	-	ЭБС ZNANIUM
2. Фирсанова, О.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : практикум для студентов дневной и вечерней форм обучения специальности "Маркетинг" / О.В.Фирсанова, Я.Ю.Салихова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т, Каф. маркетинга .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2013 .— 47 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unicon.ru	Осн.	28	ЭБ OPAC.UNECON.RU
3. Жукова, Т.Н. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебное пособие / Т.Н. Жукова, Е.Н. Колотвина; СПбГИЭУ .— Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2011 .— 128 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unicon.ru	Доп.	74	ЭБ OPAC.UNECON.RU
4. Наумов, В.Н. Маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 319 с. : ил., табл. — (Высшее образование. Бакалавриат) . — Сведения доступны также по Интернету	Доп.	8	ЭБС ZNANIUM

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
---	------------------

1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПБГЭУ – opac.unecon.ru

9.2. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10 ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины.