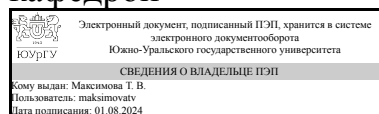


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



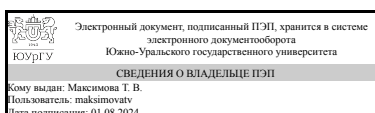
Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М1.03 Отраслевой маркетинг
для направления 38.04.02 Менеджмент
уровень Магистратура
магистерская программа Стратегический и инновационный маркетинг
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Менеджмент

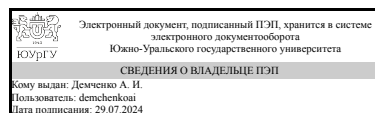
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Т. В. Максимова

Разработчик программы,
к.техн.н., доц., доцент



А. И. Демченко

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся системы знаний об особенностях маркетинга в организациях различных отраслей и сфер деятельности, а также освоение практических навыков в принятии маркетинговых решений на предприятиях различных сфер деятельности. Задачи дисциплины: - определить особенности реализации маркетинговой деятельности на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности; - реализация системного подхода в исследованиях и управлении маркетинговой деятельности на предприятиях различных сфер деятельности; - ознакомление со спецификой реализации и формировании комплекса методов маркетинговых исследований и анализа, полученных результатов на предприятиях различных сфер деятельности; - ознакомление с функциями, выполняемыми маркетингом на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности; - определение роли отдельных составляющих в комплексе маркетинговых мероприятий применительно к различным отраслям и сферам деятельности

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина ориентирована на получение специальных знаний, навыков и умений, необходимых специалисту по маркетингу для эффективного осуществления своей деятельности в профессиональной среде. Ключевой особенностью подготовки является использование кейсового метода, позволяющего изучить практический опыт предприятий различных сфер деятельности и сформировать собственные навыки решения маркетинговых проблем на различных рынках. В рамках курсовой работы студенту предлагается апробировать методику маркетингового анализа на одном из рынков (потребительском или промышленном), выбор которого рекомендуется осуществлять на основе тематики выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5 Способен управлять маркетинговой деятельностью организации в различных отраслях, рынках и сферах деятельности	Знает: - особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях, специфику маркетинговых технологий, методов и инструментов в промышленном маркетинге, в сфере услуг, торговле и других отраслях Умеет: - адаптировать методы и инструменты маркетинга к отраслевым особенностям и специфике сферы деятельности компании Имеет практический опыт: - обоснования границ исследуемого объекта при отраслевом анализе и выявления специфики отрасли, рынка или сферы деятельности
ПК-7 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования и анализ рынков	Знает: - методику проведения анализа отраслей, специфику методов маркетингового анализа на различных типах рынков Умеет: - определять географические,

	продуктовые границы исследуемого рынка, оценивать целесообразность применения методов и инструментов анализа в зависимости от типа отрасли или конкретного рынка Имеет практический опыт: - оценки основных экономических характеристик исследуемой отрасли
--	--

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	Маркетинг инноваций, Правовое регулирование маркетинговой деятельности, Маркетинг на международном рынке товаров и услуг, Маркетинг в цифровой среде, Маркетинговый анализ в отраслях и сферах, Стратегии взаимоотношений с потребителями, Методы исследования рынков и маркетинговый анализ, Международный маркетинг, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр), Производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) (4 семестр), Производственная практика (преддипломная) (5 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 12,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		1
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	8	8
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа (СРС)	59,75	59,75
Подготовка к практическим занятиям	11,75	11,75
подготовка к тестированию	24	24
Подготовка к зачету	24	24
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Отраслевой маркетинговый анализ	2	1	1	0
2	Маркетинг в сфере услуг	2	1	1	0
3	Маркетинг в торговле	3	1	2	0
4	Промышленный маркетинг	1	1	0	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Анализ основных экономических характеристик отрасли, анализ структуры конкурентных сил, анализ положения конкурентов	1
1	2	Специфика маркетинга услуг, классификация услуг в маркетинге	1
2	3	Маркетинг в торговле, мерчандайзинг, коммуникационные средства в местах продаж	1
2	4	Промышленный маркетинг	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Кейс "Яд для конкурентов"	1
1	2	Кейс "бизнес-процессы в сервисе FedEx"	1
2	3	Кейс "Противостояние малыша с федералом"	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к практическим занятиям	Отраслевой маркетинг: методические указания / сост. Ю.В. Ас-ташова.– Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 31 с.	1	11,75
подготовка к тестированию	Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и	1	24

	сферах деятельности: Учебник. [Электронный ресурс] / Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2013. — 448 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56242 — Загл. с экрана.		
Подготовка к зачету	Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник. [Электронный ресурс] / Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2013. — 448 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56242 — Загл. с экрана.	1	24

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	1	Текущий контроль	КРМ 1 - Кейс "Яд для конкурентов"	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Оценивается анализ каждой из 5 сил модели Портера (2- балла - анализ полный, развернутый, соответствует модели, 1 балл - анализ выполнен с недостатками). Максимальная оценка за КРМ - 10 баллов.	зачет
2	1	Текущий контроль	КРМ 2 - Кейс "FedEx"	1	6	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Кейс содержит 3 вопроса, каждый из которых оценивается в 2 балла (2 балла - выполнено полностью, 1 балл - выполнено с недочетами) Максимальная оценка за КРМ - 6 баллов.	зачет
3	1	Текущий контроль	КРМ 3 - Кейс "Противостояние малыша с федералом"	1	4	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности	зачет

						обучающихся. Кейс содержит 2 вопроса, каждый из которых оценивается в 2 балла (2 балла - выполнено полностью, 1 балл - выполнено с недочетами) Максимальная оценка за КРМ - 4 баллов.	
4	1	Текущий контроль	КРМ 4 Кейс "банки против танков"	1	2	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Кейс содержит 3 вопроса, каждый из которых оценивается в 2 балла (2 балла - выполнено полностью, 1 балл - выполнено с недочетами) Максимальная оценка за КРМ - 6 баллов.	зачет
5	1	Текущий контроль	КРМ 5 - тест	1	10	При оценивании мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся Тест содержит 10 вопросов. Правильный ответ на вопрос оценивается в 1 балл. Максимальное количество баллов по КРМ - 10 баллов.	зачет
6	1	Текущий контроль	КРМ 6 - тест	1	10	При оценивании мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся Тест содержит 10 вопросов. Правильный ответ на вопрос оценивается в 1 балл. Максимальное количество баллов по КРМ - 10 баллов.	зачет
7	1	Текущий контроль	КРМ 7 -итоговый тест	1	20	Контрольно-рейтинговое мероприятие проводится в форме итогового компьютерного тестирования, с автоматическим выбором вопросов. Итоговое тестирование содержит 20 вопросов, затрагивающих все разделы курса основы менеджмента и позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 25 мин. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 20.	зачет
8	1	Промежуточная аттестация	КРМ 8 - Собеседование по вопросам дисциплины	-	5	В процессе собеседования осуществляется контроль освоения компетенций студентом. Собеседование проводится с целью проверки уровня	зачет

					знаний, умений, приобретенного опыта, понимания студентом основных методов и законов изучаемой дисциплины, возможности дополнительно повысить свой рейтинг. Критерии оценивания: - даны полные, развернутые ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса - 5 баллов; - даны ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса с некоторыми затруднениями - 4 балла; - даны частичные ответы на заданные вопросы, студент имеет затруднения в описании основных категорий курса - 3 балла; - даны поверхностные ответы на заданные вопросы, студент не ориентируется в основных категориях курса - 2 балла; - студент не ответил на большую часть заданных вопросов, имеет существенные затруднения в категориях курса - 1 балл; - студент не ориентируется в основных категориях курса - 0 баллов. Максимальное количество баллов – 5 за задание	
--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам дисциплины. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который позволяет получить зачет по дисциплине, который проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60% и более. Не зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ							
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-5	Знает: - особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях, специфику маркетинговых технологий, методов и инструментов в промышленном маркетинге, в сфере услуг, торговле и				++			++	

		Лань	доступа: http://e.lanbook.com/book/56242 — Загл. с экрана.
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 422 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/53554 — Загл. с экрана.
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Маркетинг: Сборник заданий : учебное пособие / составители О. И. Баринова, Т. Г. Родионова. — Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2020. — 59 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/159436 (дата обращения: 22.09.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под редакцией А. Л. Абаева [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-394-03141-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/119283 (дата обращения: 06.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Цифровой маркетинг (Digital Marketing) : учебник / под редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Центркаталог, 2020. — 208 с. — ISBN 978-5-903268-28-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/161561 (дата обращения: 06.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Беквит, Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг : руководство / Г. Беквит ; перевод Е. Китаева. — 4-е, изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-5661-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/87902 (дата обращения: 06.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
7	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Шилова, Н. Н. Промышленный маркетинг : учебное пособие / Н. Н. Шилова, Е. П. Киселица. — Тюмень : ТюмГНГУ, 2012. — 212 с. — ISBN 978-5-9961-0616-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/42711 (дата обращения: 06.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
8	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Белова, Н. Н. Практикум по промышленному маркетингу : учебное пособие / Н. Н. Белова. — Воронеж : ВГУ, 2017. — 31 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154887 (дата обращения: 06.02.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	561 (2)	Мебель, необходимая для проведения учебных мероприятий (занятий): столы, стулья, доска, компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.
Самостоятельная работа студента	567 (2)	Мебель, необходимая для проведения учебных мероприятий (занятий): столы, стулья, доска
Лекции	450 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение
Самостоятельная работа студента	ДОТ (ДОТ)	доступ в Электронный ЮУрГУ
Зачет	567 (2)	Мебель, необходимая для проведения учебных мероприятий (занятий): столы, стулья, доска