

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ РЫНКА»

СОГЛАСОВАНО

Руководитель УЛАОП


подпись Сталькина У.М.
ФИО
« 05 » марта 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


подпись Перов С.Н.
ФИО
« 05 » марта 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

название дисциплины

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки Маркетинг

Квалификация бакалавр

Год начала подготовки по программе 2019

Форма(ы) обучения очная

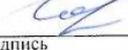
Кафедра менеджмента

Руководитель образовательной программы


подпись Балановская А.В.
ФИО
« 05 » марта 2019 г.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента
/протокол заседания № 10 от 29.06.2019 г.

Заведующий кафедрой


подпись Горбунова О.А.
ФИО

Самара
2019

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО

Планируемые результаты обучения по дисциплине/ Планируемые результаты освоения ОПОП ВО	
<i>Владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3)</i>	
Знает:	Сущность, теоретические основы и составляющие маркетинга в отраслях и сферах деятельности
Умеет:	Анализировать и интерпретировать информацию по особенностям маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности для проведения стратегического анализа, разработки стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
Владеет:	Навыками анализа и интерпретации информации по особенностям маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности для проведения стратегического анализа, разработки стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Индекс дисциплины по учебному плану	Курс, семестр изучения дисциплины (очная / заочная форма обучения)
Б1.Б	
Б1.В.ОД	
Б1.В.ДВ.5.1	4 курс 7 семестр

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины,

в т.ч. контактной (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы студентов

Виды учебной работы	Объем, часов/ЗЕТ		Распределение по семестрам* (очная/заочная форма обучения)			
	очная форма обучения	заочная форма обучения				
Контактная работа, в т.ч.:	54					
Лекции (Л)	18					
Практические занятия (ПЗ)	36					
Лабораторные работы (ЛР)						
Самостоятельная работа (СР)	54					
Контроль – зачет с оценкой						
Итого объем дисциплины	108/3					

**Указывается, если обучение по дисциплине ведется в течение нескольких семестров*

Объем дисциплины по тематическим разделам и видам учебных занятий

Наименование тематического раздела дисциплины	Количество часов (очная форма обучения)			
	Л	ПЗ	ЛР	СР
Введение в предмет	2	4	-	6
Маркетинг производственных предприятий	2	4	-	6
Маркетинг в торговле	2	4	-	6

Наименование тематического раздела дисциплины	Количество часов (очная форма обучения)			
Маркетинг в сфере услуг	2	4	-	6
Маркетинг в рекламном бизнесе	2	4	-	6
Маркетинг территорий	2	4	-	6
Маркетинг во внешнеэкономической деятельности	2	4	-	6
Маркетинг крупных бизнес-структур	2	4	-	6
Маркетинг в малом бизнесе	2	4	-	6
Итого	18	36	-	54

Содержание тематических разделов дисциплины

Наименование раздела	Содержание раздела
Введение в предмет	Понятие отраслей и сфер деятельности. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс) «7р»
Маркетинг производственных предприятий	<p>Маркетинг в промышленности. Аналитическая функция маркетинга на предприятии. Производственная функция маркетинга на предприятии. Сбытовая функция маркетинга на предприятии. Функция управления и контроля. Маркетинг на рынке средств производства. Понятие, классификация и учет средств производства. Рынок средств производства: структура и тенденции развития. Содержание и специфические особенности маркетинга средств производства. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства. Маркетинг торгово-технологического оборудования. Лизинг. Маркетинговое обеспечение лизинговых операций на рынке средств производства.</p> <p>Маркетинг в агробизнесе. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве. Риски в сельском хозяйстве и их нейтрализация.</p> <p>Маркетинг в строительстве. Особенности строительной продукции как товара. Маркетинговые исследования рынка строительной продукции. Маркетинговая среда строительного бизнеса. Сегментация рынка строительной продукции. Сбыт строительной продукции</p>
Маркетинг в торговле	<p>Основные принципы теории потребления.</p> <p>Основы теории покупок. Структура акта купли-продажи. Прием клиента и установление контакта. Выявление потребности и выслушивание покупателя. Аргументация и представление товара. Ответы на возможные возражения. Заключение сделки. Категории покупателей.</p> <p>Маркетинг предприятий торговли. Предприятия торговли как субъекты рынка. Стратегический маркетинг торговых предприятий. Особенности ценовой политики предприятий торговли. Сбытовой маркетинг предприятий торговли. Маркетинговые коммуникации и их особенности в торговле. Организация маркетинговой службы предприятий торговли.</p> <p>Маркетинг в оптовой торговле. Социально-экономическая сущность оптовой торговли. Организационные формы оптовой торговли. Принципы ценообразования в оптовой торговле.</p> <p>Маркетинг в розничной торговле. Роль розничной торговли в рыночной экономике. Виды предприятий розничной торговли. Требования к устройству и планировке магазина. Основные элементы мерчандайзинга.</p>

Наименование раздела	Содержание раздела
	Торговое оборудование.
Маркетинг в сфере услуг	<p>Основные принципы маркетинга в сфере услуг. Понятие услуг, их отличие от товаров. Классификация услуг. Бытовые услуги. Специфика маркетинга услуг.</p> <p>Маркетинг образовательных услуг. Субъекты маркетинга образовательных услуг и их функции. Объекты маркетинга ОУП. Содержание и функции маркетинга ОУП. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг. Стратегии маркетинга образовательных услуг. Ценообразование на рынке ОУП.</p> <p>Банковский маркетинг. Предпосылки внедрения маркетинга в банковском деле. Развитие банковской системы в России. Элементы банковского маркетинга. Система маркетинговой информации. Планирование банковского маркетинга. Система организации маркетинга. Система маркетингового контроля. Маркетинговая среда банка.</p> <p>Маркетинг в страховом бизнесе.</p> <p>Общие сведения о страховании. Анализ страхового рынка России. Маркетинг в страховании.</p> <p>Маркетинг в сфере туризма. Состояние и особенности развития рынка туристских услуг. Виды туризма. Сегментация рынка туристских услуг. Классификация перевозчиков. Требования, предъявляемые к сотрудникам турфирм. Стандартизация и сертификация туристской деятельности.</p> <p>Маркетинг гостиничного хозяйства. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг. Концепция развития маркетинга гостиничного бизнеса. Планирование бюджета. Маркетинговое планирование. Проведение маркетинговых исследований. Выбор целевых рынков. Оценка собственного положения на рынке. Определение целей, постановка задач и их выполнение. Маркетинговый контроль. Маркетинг-микс гостиничного сервиса. Гостиничная реклама.</p> <p>Маркетинг в сфере общественного питания. Предприятия и услуги общественного питания. Маркетинговая деятельность предприятий общественного питания. Технология формирования меню. Организация технологического процесса на предприятиях общественного питания. Прием и обслуживание посетителей. Характеристика зарубежных предприятий общественного питания.</p> <p>Маркетинг в индустрии развлечений. Современное состояние и перспективы развития индустрии развлечений. Театры и их инфраструктура. Многоцелевые залы и их инфраструктура. Клубная деятельность. Организация и проведение дискотек. Игры как вид развлечений.</p>
Маркетинг в рекламном бизнесе	<p>Маркетинг на рынке рекламы. Рынок рекламы. Регулирование и планирование рекламной деятельности. Роль маркетинговых исследований в подготовке и реализации рекламной деятельности.</p> <p>Брэнддинг. Понятие о брэнддинге. Составляющие элементы брэнддинга. Их содержание и особенности. Технология разработки, использования и оценки брэнда.</p>
Маркетинг территорий	<p>Особенности регионального маркетинга. Покупатели услуг территории и региональный маркетинг. Основные факторы, влияющие на конъюнктуру различных региональных товарных рынков. Стратегические направления регионального маркетинга. Специфика товарной политики на региональ-</p>

Наименование раздела	Содержание раздела
	ных рынках. Сбытовой маркетинг в условиях регионов. Маркетинговые коммуникации на региональных рынках. Особенности и принципы организации маркетинговых исследований регионального рынка.
Маркетинг во внешне-экономической деятельности	Понятие, сущность, цели, особенности международного маркетинга. Окружающая среда международного маркетинга. Международные маркетинговые исследования. Источники информации о зарубежных фирмах. Методика их изучения. Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке. Маркетинговые стратегии рыночной деятельности фирмы. Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок. Международное ценообразование и ценовая политика на внешнем рынке. Ценовые стратегии на мировых рынках.
Маркетинг крупных бизнес-структур	Крупные бизнес-структуры как субъекты рынка. Определение целей и средств маркетинга крупных бизнес-структур. Стратегический маркетинг крупных бизнес-структур. Особенности ценовой политики крупных бизнес-структур. Сбытовой маркетинг крупных бизнес-структур. Маркетинговые коммуникации и их особенности в крупных бизнес-структурах. Организация маркетинговой службы крупных бизнес-структур. Принципы организации маркетингового исследования крупных бизнес-структур. Формирование плана маркетинга для крупных бизнес-структур. Проблемы позиционирования. Конкурентоспособность крупных бизнес-структур. Особенности взаимодействия с клиентами. Особенности рекламы крупных бизнес-структур. Основа технологии рекламы крупных бизнес-структур.
Маркетинг в малом бизнесе	Предприятия малого бизнеса как субъекты рынка. Определение целей и средств маркетинга в малом бизнесе. Стратегический маркетинг малых предприятий. Особенности ценовой политики малого бизнеса. Сбытовой маркетинг малых предприятий. Маркетинговые коммуникации и их особенности в малом бизнесе. Организация маркетинговой службы малых предприятий. Принципы организации маркетингового исследования малого бизнеса. Формирование плана маркетинга для мелкой фирмы. Проблемы позиционирования. Конкурентоспособность малого бизнеса. Особенности взаимодействия с клиентами. Особенности рекламы в малом бизнесе. Основа технологии рекламы малых предприятий.

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При проведении учебных занятий по дисциплине Университет обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей Самарской области).

Образовательные технологии

Наименование технологий	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
Проблемное обучение	Активное взаимодействие обучающихся с проблемно-представленным содержанием обучения, имеющее це-	Поисковые методы обучения, постановка познавательных задач с учетом индивидуального соци-

Наименование технологии	Содержание технологии	Адаптированные методы реализации
	лю развитие познавательной способности и активности, творческой самостоятельности обучающихся.	ального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Концентрированное обучение	Погружение обучающихся в определенную предметную область, возможности которого заложены в учебном плане образовательной программы посредством одновременного изучения дисциплин, имеющих выраженные междисциплинарные связи. Имеет целью повышение качества освоения определенной предметной области без увеличения трудоемкости соответствующих дисциплин.	Методы погружения, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Развивающее обучение	Обучение, ориентированное на развитие физических, познавательных и нравственных способностей обучающихся путём использования их потенциальных возможностей с учетом закономерностей данного развития. Имеет целью формирование высокой самомотивации к обучению, готовности к непрерывному обучению в течение всей жизни.	Методы вовлечения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в различные виды деятельности на основе их индивидуальных возможностей и способностей и с учетом зоны ближайшего развития.
Активное, интерактивное обучение	Всемерная всесторонняя активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся посредством различных форм взаимодействия с преподавателем и друг с другом. Имеет целью формирование и развитие навыков командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств, уверенности в своей успешности.	Методы социально-активного обучения с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.
Рефлексивное обучение	Развитие субъективного опыта и критического мышления обучающихся, осознание обучающимися «продуктов» и процессов учебной деятельности, повышение качества обучения на основе информации обратной связи, полученной от обучающихся. Имеет целью формирование способности к самопознанию, адекватному самовосприятию и готовности к саморазвитию.	Традиционные рефлексивные методы с обязательной обратной связью, преимущественно ориентированные на развитие адекватного восприятия собственных особенностей обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО И ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная литература, в том числе:

Основная:

1. Игрунова, О.М. Современные подходы к анализу и развитию сферы услуг в регионах : пособие / О.М. Игрунова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 210 с. : ил., табл. - Библиогр.: 178-197. - ISBN 978-5-4475-5974-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429393>
2. Лещева, М.Г. Особенности анализа в отдельных отраслях : учебник / М.Г. Лещева, Т.Н. Стеклова ; ФГБОУ ВПО «Ставропольский государственный аграрный университет». - Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2014. - 176 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277457>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086>
4. Планирование и продажи банковских и страховых продуктов : учебное пособие / Л.А. Зотова, В.В. Владимиров, А.В. Горбунова и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2015. - 310 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-7410-1326-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439235>
5. Синяева, И.М. Маркетинг в коммерции : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 548 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02388-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453933>

Дополнительная:

1. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 303 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-238-02813-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>
2. Покровская, Л.Л. Формирование и развитие консалтинговых услуг на потребительском рынке : монография / Л.Л. Покровская. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 212 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2534-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258791>
3. Синяева, И.М. Маркетинг торговли : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 750 с. : ил. - Библиогр.: с. 725-730. - ISBN 978-5-394-02387-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934>

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Office 2007. Договор 347 от 30.08.2007, договор 989 от 21.11.2008 с Программные технологии;

Microsoft Windows 7 Professional x64 RUS. В рамках подписки Microsoft Imagine (было Dreamspark): договор 48770/CAM3615 от 08.10.2014, акт Tr061184 от 31.10.2014; договор Tr000055182 от 16.11.2015, акт Tr061918 от 08.12.2015; договор Tr000114451 от 01.11.2016 с Софтлайн.

СДО Moodle. Среда дистанционного обучения с открытым исходным кодом (распространяется свободно).

Профессиональные базы данных:

Энциклопедия маркетинга - <http://www.marketing.spb.ru/>

<https://www.e-executive.ru/management> - Сайт Сообщества менеджеров

Информационные справочные системы:

Справочно-правовая система «Гарант»

Справочно-правовая система "Консультант Плюс"

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавателя дисциплины, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютер, звуковые колонки, интерактивная доска).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**Методические указания для преподавателя**

Изучение дисциплины проводится в форме лекций, практических занятий, организации самостоятельной работы студентов, консультаций. Главное назначение лекции - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Основной целью практических (в т.ч. лабораторные) занятий является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка. Они проводятся в форме опроса, диспута, тестирования, обсуждения докладов, выполнения заданий и пр.

Самостоятельная работа с научной и учебной литературой, изданной на бумажных носителях, дополняется работой с тестирующими системами, с профессиональными базами данных.

Методы проведения аудиторных занятий:

- лекции, реализуемые через изложение учебного материала под запись с сопровождением наглядных пособий;

- практические занятия, во время которых студенты выступают с докладами по заранее предложенным темам и дискуссионно обсуждают их между собой и преподавателем; решаются практические задачи (в которых разбираются и анализируются конкретные ситуации) с выработкой умения формулировать выводы, выявлять тенденции и причины изменения социальных явлений; проводятся устные и письменные опросы (в виде тестовых заданий) и контрольные работы (по вопросам лекций и практических занятий), проводятся деловые игры.

Лекции – есть разновидность учебного занятия, направленная на рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Основными целями лекции являются системное освещение ключевых понятий и положений по соответствующей теме, обзор и оценка существующей проблематики, ее методологических и социокультурных оснований, возможных вариантов решения, дача методических рекомендаций для дальнейшего изучения курса, в том числе литературы и источников. Лекционная подача материала, вместе с тем, не предполагает исключительную активность преподавателя. Лектор должен стимулировать студентов к участию в обсуждении вопросов лекционного занятия, к высказыванию собственной точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Практические занятия направлены на развитие самостоятельности студентов в исследовании изучаемых вопросов и приобретение умений и навыков. Практические занятия традиционно проводятся в форме обсуждения проблемных вопросов в группе при активном участии студентов, они способствуют углубленному изучению наиболее фундаментальных и сложных проблем курса, служат важной формой анализа и синтеза исследуемого материала, а также подведения итогов самостоятельной работы студентов, стимулируя развитие профессиональной компетентности, навыков и умений. На практических занятиях студенты учатся работать с научной литературой, четко и доходчиво излагать проблемы и предлагать варианты их решения, аргументировать свою позицию, оценивать и критиковать позиции других, свободно публично высказывать свои мысли и суждения, грамотно вести полемику и представлять результаты собственных исследований.

При проведении практических занятий преподаватель должен ориентировать студентов при подготовке использовать в первую очередь специальную научную литературу (монографии, статьи из научных журналов).

Результаты работы на практических занятиях учитываются преподавателем при выставлении итоговой оценки по данной дисциплине. На усмотрение преподавателя студенты, активно отвечающие на занятиях, и выполняющие рекомендации преподавателя при подготовке к ним, могут получить повышающий балл к своей оценке в рамках промежуточной аттестации.

Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ОВЗ, необходимо иметь в виду, что:

- 1) инвалиды и лица с ОВЗ по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь;
- 2) инвалиды и лица с ОВЗ по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при промежуточной аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении промежуточной аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность прохождения испытания промежуточной аттестации (зачета, экзамена, и др.) обучающимся инвалидом может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи испытания, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ОВЗ Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для прохождения промежуточной аттестации оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические указания для обучающихся

Для успешного освоения дисциплины студенты должны посещать лекционные занятия, готовиться и активно участвовать в практических занятиях, самостоятельно работать с рекомендованной литературой. Изучение дисциплины целесообразно начать со знакомства с программой курса, чтобы четко представить себе объем и основные проблемы курса. Прочитав соответствующий раздел программы, и установив круг тем, подлежащих изучению, можно переходить к работе с конспектами лекций и учебником. Конспект лекций должен содержать краткое изложение основных вопросов курса. В лекциях преподаватель, как правило, выделяет выводы, содержащиеся в новейших исследованиях, разногласия ученых, обосновывает наиболее убедительную точку зрения. Необходимо записывать методические советы преподавателя, названия рекомендуемых им изданий. Не нужно стремиться к дословной записи лекций. Для того чтобы выделить главное в лекции и правильно ее законспектировать, полезно заранее просмотреть уже пройденный лекционный материал, для более полного и эффективного восприятия новой информации в контексте уже имеющихся знаний, приготовить вопросы лектору. Прочитав свой конспект лекций, следует обратиться к материалу учебника.

Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Студенты получают общее представление о ее содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

Работа с литературой

При изучении дисциплины студенты должны серьезно подойти к исследованию учебной и дополнительной литературы. Данное требование особенно важно для подготовки к практическим занятиям.

Особое внимание студентам следует обратить на соответствующие статьи из научных журналов. Данные периодические издания представлены в читальном зале Университета. Для поиска научной литературы по дисциплине студентам также следует использовать каталог Электронной научной библиотеки: eLIBRARY.RU, ЭБС «Университетская библиотека Online».

При подготовке к практическому занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Качество учебной работы студентов определяется текущим контролем. Студент имеет право ознакомиться с ним.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы - подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- качественное освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний с целью их применения на уровне межпредметных связей;
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков;
- формирование умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной и специальной литературы, а также других источников информации;
- развитие познавательных способностей и активности, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие научно-исследовательских навыков;

- формирование умения решать практические задачи (в профессиональной деятельности), используя приобретенные знания, способности и навыки.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса.

Самостоятельная работа предполагает инициативу самого обучающегося в процессе сбора и усвоения информации, приобретения новых знаний, умений и навыков и ответственность его за планирование, реализацию и оценку результатов учебной деятельности. Процесс освоения знаний при самостоятельной работе не обособлен от других форм обучения.

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена индивидуально (или являться частью коллективной работы). В случае, когда СР подготовлена в порядке выполнения группового задания, в работе делается соответствующая оговорка;

- представлять собой законченную разработку (этап разработки), в которой анализируются актуальные проблемы по определенной теме и ее отдельных аспектов;

- отражать необходимую и достаточную компетентность автора;

- иметь учебную, научную и/или практическую направленность;

- быть оформлена структурно и в логической последовательности: титульный лист, оглавление, основная часть, заключение, выводы, список литературы, приложения,

- содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов;

- соответствовать этическим нормам (правила цитирования и парафраз; ссылки на использованные библиографические источники; исключение плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ).

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Планируемые результаты обучения по дисциплине / Планируемые результаты освоения ОПОП ВО		Показатели оценивания
<i>Владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3)</i>		
Знает:	Сущность, теоретические основы и составляющие маркетинга в отраслях и сферах деятельности	Блок 1 контрольного задания выполнен корректно
Умеет:	Анализировать и интерпретировать информацию по особенностям маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности для проведения стратегического анализа, разработки стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Блок 2 контрольного задания выполнен корректно
Владеет:	Навыками анализа и интерпретации информации по особенностям маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности для проведения стратегического анализа, разработки стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Блок 3 контрольного задания выполнен корректно

Типовое контрольное задание

БЛОК 1 – ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ

Выбрать ОДИН правильный ответ

1.1. К рынку продовольственного сервиса относят:

- а) основные формы массового питания
- б) табачные, кондитерские изделия, консервы
- в) свежее и охлажденное мясо, молочные продукты

- г) мукомольно-крупяную и сахарную продукцию
- 1.2. Услуги по ремонту оборудования и техники относят:
- к профессиональным
 - к распределительным
 - к производственным
 - к потребительским
 - к общественным
- 1.3. Высокая эластичность товарного предложения сельхозпродукции характерна для:
- продукции рыбоводства
 - мясной и молочной продукции
 - табачных и кондитерских изделий
 - продукции тепличных хозяйств
- 1.4. Укажите задачи изучения дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»:
- выявление особенностей маркетинга в различных отраслях промышленности и в производственных отраслях, а также в сфере услуг;
 - характеристика внешней и внутренней среды;
 - исследование методологии анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
 - демонстрация совокупности стратегических и тактических элементов маркетинговых технологий в различных отраслях и сферах деятельности.
- 1.5. Маркетолог должен уметь:
- самостоятельно разрабатывать компьютерные программы;
 - проводить тщательно проработанные маркетинговые исследования с учетом отраслевых особенностей;
 - создавать привлекательный товарный ассортимент;
 - производить конкурентоспособный продукт.
- 1.6. Укажите, с какими предметами тесно связана дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»:
- «Маркетинга»;
 - «Правовое регулирование маркетинговой деятельности»;
 - «Бухгалтерский учет».

Заполнить пропуски

- 1.7. Коммерческо-посредническая сфера – это сложная оперативно-организационная система, направленная на обеспечение совершения процессов купли-продажи с учетом рыночных изменений в целях полного удовлетворения спроса населения и получения _____.
- 1.8. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности – комплексная система управленческой, регулирующей и исследовательской деятельности, учитывающая отраслевые _____.
- 1.9. Механизм маркетинговой деятельности может успешно функционировать на основе системного подхода к оценке рыночной _____.
- 1.10. _____ комплексная система коммерческих связей между покупателями и продавцами, имеющая богатую структуру построения.

БЛОК 2 – ПРОВЕРКА УМЕНИЙ

- 2.1. Сопоставьте разновидности конкуренции в сфере услуг с их характеристикой:

1. Функциональная конкуренция	а) подразумевает конкуренцию услуг одного вида или близких видов услуг
2. Видовая конкуренция	б) порождается наличием разных видов удовлетворения потребности
3. Маркетинговая конкуренция	в) существует между различными рыночными структурами и отраслями промышленности

2.2. Проанализируйте следующую ситуацию и сделайте анализ конкурентоспособности фирмы по производству телевизоров «Samsung».

На рынке телевизоров представлены несколько марок, одна из самых покупаемых марок является «Sony», характеристики данного производителя полностью отвечают запросам современного потребителя. После очередного выхода новой партии, производитель заметил, что спрос на их телевизоры упал. Проведя опрос, производитель пришел к выводу, что новая партия имеет небольшой брак. В этот период на рынке начал укреплять свои позиции другой производитель телевизоров, марка которого называется «Samsung». Из-за небольшого брака потребитель решил попробовать новую марку с такими же характеристиками, но без брака. Может ли новая марка стать конкурентом «Sony»?

Особенности маркетинга в какой сфере деятельности необходимо учитывать компании «Sony»? Предложите стратегические действия, нацеленные на возврат потребителей.

2.3. Проанализируйте следующую ситуацию и сделайте анализ конкурентоспособности фирмы гражданина С.:

Фирма гражданина М. занимается производством светильников, имеет хорошую рекламу и среди потребителей пользуется большим спросом. Фирма гражданина С. тоже занимается производством светильников, но не имеет столь большую аудиторию среди потребителей, хотя его светильники служат покупателям долгое время в отличии от светильников другого производителя. Гражданин М. делает каркас для светильников из металла, который при использовании быстро деформируется и становится негодным для использования, но это не мешает потребителям покупать светильники у гражданина М.

Какой стратегический маркетинговый ход можно сделать в отношении товара гражданина С., чтобы он стал лидером на рынке светильников? Особенности маркетинга в какой сфере деятельности необходимо учитывать гражданину С.?

2.4. Проанализируйте следующую ситуацию на рынке:

Гражданин Р. имеет небольшое предприятие по производству самодельной мебели из экологически чистых материалов. Реализовать товар на рынке очень тяжело, так как данная мебель не обладает особым стилем, вся мебель идет в едином цвете и с одним и тем же узором.

Какой стратегический маркетинговый ход можно сделать, чтобы привлечь потребителей? Особенности маркетинга в какой сфере деятельности необходимо при этом учитывать?

2.5. Гражданин К. имеет предприятие по производству украшений из янтаря, но не уверен, что его товар будет актуальным на рынке украшений, ведь сейчас существуют разнообразные аксессуары, которые могут претендовать на большую аудиторию потребителей.

Какой стратегический маркетинговый ход нужно сделать гражданину К., чтобы его товар стал покупаемым и конкурентоспособным среди других украшений?

БЛОК 3 – ПРОВЕРКА НАВЫКОВ

3.1. Ознакомьтесь с ситуацией и выполните задания. **Время выполнения задания – 30 мин.**

Фирма по производству легких грузовых автомобилей решила приступить к экспорту своей продукции. Для оценки ее конкурентоспособности и возможного объема продаж фирмой был проведен следующий анализ: «Мы выступаем на рынке легких грузовиков в классе грузоподъемности от 1 до 2 тонн с автомобилем грузоподъемностью 1,6 т. Для оценки конкурентоспособности выбирается аналог грузоподъемностью 1,4 т. Признавая другие отличия несущественными, будем считать, что и по данному параметру они незначительны. Объем спроса на легкие грузовые автомобили на рынке интересующей нас развитой страны составляет 57 тысяч штук, в том числе на наш аналог приходится 10 тысяч штук. Чтобы повысить при-

большинство сбыта, установим на наш грузовик такую цену, чтобы по конкурентоспособности он сравнялся с аналогом. Тогда спрос разделится поровну, а может быть, даже склонится в нашу пользу за счет большей грузоподъемности нашего грузовика». В реальности, однако, оказалось, что на рынке выбранной страны из 57 тысяч проданных легких грузовых автомобилей данного класса 54 тысячи пришлось на автомобили грузоподъемностью 1-1,5 т, куда и вошел выбранный аналог. Но в оставшемся диапазоне грузоподъемности 1,5-2 т с общим объемом спроса 3 тысячи штук нашей фирме удалось занять лишь часть, так как и здесь оказались более удачливые конкуренты.

Задания:

1. Проведите анализ представленной ситуации и выявите противоречия в ходе анализа, проведенного фирмой в отношении грузоподъемности автомобиля.
2. Особенности маркетинга какой отрасли и/или сферы деятельности необходимо было учесть в ходе анализа конкурентоспособности? Сформулируйте особенности маркетинга данной отрасли и/или сферы деятельности.
3. Дайте рекомендации по разработке стратегии, направленной на обеспечение конкурентоспособности грузовых автомобилей на рынке интересующей компанию развитой страны.

Методические рекомендации к процедуре оценивания

Оценка результатов обучения по дисциплине, характеризующих сформированность компетенции проводится в процессе промежуточной аттестации студентов посредством контрольного задания. При этом процедура должна включать последовательность действий, описанную ниже.

1. Подготовительные действия включают:

Предоставление студентам контрольных заданий, а также, если это предусмотрено заданием, необходимых приложений (формы документов, справочники и т.п.);

Фиксацию времени получения задания студентом.

2. Контрольные действия включают:

Контроль соблюдения студентами дисциплинарных требований, установленных Положением о промежуточной аттестации обучающихся и контрольным заданием (при наличии);

Контроль соблюдения студентами регламента времени на выполнение задания.

3. Оценочные действия включают:

Восприятие результатов выполнения студентом контрольного задания, представленных в устной, письменной или иной форме, установленной заданием.

Оценка проводится по каждому блоку контрольного задания по 100-балльной шкале.

Подведение итогов оценки компетенции и результатов обучения по дисциплине с использованием формулы оценки результата промежуточной аттестации и шкалы интерпретации результата промежуточной аттестации.

Оценка результата промежуточной аттестации выполняется с использованием формулы:

$$P = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{3},$$

где P_i – оценка каждого блока контрольного задания, в баллах

Шкала интерпретации результата промежуточной аттестации (сформированности компетенций и результатов обучения по дисциплине)

Результат промежуточной аттестации (P)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
От 0 до 36	Не сформирована.	Неудовлетворительно	F (не зачтено)

Результат промежуточной аттестации (P)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
		(не зачтено)	
«Безусловно неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит грубые ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося знаний, умений и навыков по дисциплине, необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции.			
От 37 до 49	Уровень владения компетенцией недостаточен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Неудовлетворительно (не зачтено)	FX (не зачтено)
«Условно неудовлетворительно» контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, значительная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на недостаточный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, необходимыми для решения профессиональных задач, соответствующих компетенции.			
От 50 до 59	Уровень владения компетенцией посредственен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	E (зачтено)
«Посредственно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, большая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
От 60 до 69	Уровень владения компетенцией удовлетворителен для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Удовлетворительно (зачтено)	D (зачтено)
«Удовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 60%, меньшая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
От 70 до 89	Уровень владения компетенцией преимущественно высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Хорошо (зачтено)	C (зачтено)
«Хорошо»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи.			
От 90 до 94	Уровень владения компетенцией высокий для ее формирования в результате обучения по дисциплине.	Отлично (зачтено)	B (зачтено)
«Отлично»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания содержат одну-две незначительные ошибки, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать			

Результат промежуточной аттестации (<i>P</i>)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
<p> типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.</p>			
От 95 до 100	<p>Уровень владения компетенцией превосходный для ее формирования в результате обучения по дисциплине.</p>	Отлично (зачтено)	А (зачтено)
<p>«Превосходно»: контрольное задание выполнено в полном объеме, результаты выполнения задания не содержат ошибок и технических погрешностей, указывают как на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, позволяют сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности, способности разрабатывать новые решения.</p>			