

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

(к302) Менеджмент



Третьяк С.Н., канд.
экон. наук, доцент

27.05.2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Маркетинг в отраслях и сферах деятельности**

38.03.02 Менеджмент

Составитель(и): Ст.преподаватели, Щуковская М.А., Зорькина Ю.И.

Обсуждена на заседании кафедры: (к302) Менеджмент

Протокол от 18.05.2022г. № 5

Обсуждена на заседании методической комиссии учебно-структурного подразделения: Протокол от 27.05.2022 г. № 9

г. Хабаровск
2022 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2023 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ _____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
(к302) Менеджмент

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины **Маркетинг в отраслях и сферах деятельности**
разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.01.0001 №

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены (семестр) 5
контактная работа	52	курсовые работы 5
самостоятельная работа	56	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контроль самостоятельной работы	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	52	52	52	52
Сам. работа	56	56	56	56
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Особенности маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности; проведения маркетинговых исследований на рынке товаров и услуг; маркетинговая деятельность отраслей промышленности и внепроизводственной сферы, выявление резервов повышения эффективности деятельности; особенности сегментации рынка в различных отраслях и сферах деятельности; исследование конкурентов в отраслях и сферах деятельности; изучение внешней и внутренней маркетинговой среды; комплекс маркетинговых коммуникаций в отраслях промышленности и сферах деятельности.
1.2	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Код дисциплины:	Б1.В.10
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Маркетинг
2.1.2	Экономика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинг в социальных сетях (SMM)
2.2.2	Управление проектами в профессиональной деятельности
2.2.3	Производственная преддипломная практика

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
Знать:	
Методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа	
Уметь:	
Применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач	
Владеть:	
Методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач	

ПК-6: Владеет технологией проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
Знать:	
Технологию проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга	
Уметь:	
Применять на практике технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
Владеть:	
Навыками обработки и анализа информации, собранной в ходе маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Лекции						

1.1	Тема 1. Отраслевой маркетинг как концепция управления. Понятие, сущность и содержание отрасли и сферы профессиональной деятельности. Характеристика отраслей экономики и отраслевых рынков. Сфера материального производства и непромышленная сфера деятельности. Роль маркетинга в отраслевой экономике. Особенности маркетинга в сфере производства и услуг. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4Л2.5 Э1 Э2	0	
1.2	Тема 2. Маркетинг в промышленности. Рынок и классификация товаров промышленного назначения. Понятие, цели, задачи, принципы и функции промышленного маркетинга. Сегментирование рынка промышленной продукции. Маркетинговые исследования рынка товаров производственно-технического назначения. Особенности комплекса маркетинга в промышленной сферере. Поведение потребителей товаров производственно-технического назначения. Управление маркетингом в производственной сфере. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4 Э1 Э2	0	
1.3	Тема 3. Маркетинг в торговле. Оптовая и розничная торговля как сфера приложения маркетинговых усилий. Особенности маркетинговой деятельности в оптовой и розничной торговле. Комплекс маркетинга торгово-посреднических организаций. Стратегические аспекты маркетинговой деятельности в оптовой и розничной торговле. Система обеспечения конкурентоспособности торгово-посреднических организаций. Маркетинговые исследования в оптовой и розничной торговле. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4 Э1 Э2	0	
1.4	Тема 4. Маркетинг гостиничных и туристских услуг. Особенности гостиничного и туристского рынка. Сегментирование потребителей гостиничных и туристских услуг. Маркетинговые исследования рынка гостиничных и туристских услуг. Управление маркетингом в сфере гостиничного и туристического бизнеса. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4Л2.1 Э1 Э2	0	
1.5	Тема 5. Маркетинг страховых услуг. Характеристика рынка страховых услуг. Принципы маркетинга в страховании. Формирование маркетинговой стратегии страховой компании. Сегментация потребителей страховых услуг. Маркетинговые исследования рынка страховых услуг. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4Л2.4 Э1 Э2	0	

1.6	Тема 6. Маркетинг банковских услуг. Характеристика рынка банковских услуг. Особенности маркетинга банковских услуг. Сегментация потребителей банковских услуг и позиционирование банковского продукта. Формирование ассортиментной политики банковских услуг. Коммуникационная политика в сфере банковских услуг. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4 Э1 Э2	0	
1.7	Тема 7. Маркетинг в сфере медицинских услуг. Специфика рынка медицинских услуг. Комплекс маркетинга медицинских услуг. Формирование стратегии управление взаимоотношениями с клиентами в сфере медицинских услуг. Коммуникационная политика в сфере медицинских услуг. Формирование имиджа медицинских учреждений. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4 Э1 Э2	0	
1.8	тема 8. Маркетинг сферы образовательных услуг. Концепция маркетинга образовательных услуг. Воздействие маркетинговой среды на конъюнктуру рынка образовательных услуг. Сегментация рынка образовательных услуг. Стратегии маркетинга образовательных услуг. Ценовая политика образовательных услуг. Формирование стратегии сбыта в сфере образования. Коммуникационная политика в сфере образования. Управление маркетинговой деятельностью в образовательном учреждении. /Лек/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4 Л2.3 Э1 Э2	0	
1.9	Тема 1. Отраслевой маркетинг как концепция управления. 1. Характеристика отраслей экономики и отраслевых рынков. 2. Особенности маркетинга в сфере производства и услуг. /Пр/	5	2	УК-1 ПК-6	Л1.4 Э1 Э2	0	
1.10	Тема 2. Маркетинг в промышленности. 1. Сегментация рынка товаров производственно-технического назначения. 2. Моделирование поведения потребителей товаров производственно-технического назначения. /Пр/	5	4	УК-1 ПК-6	Л1.2 Л1.3 Л2.5 Э1 Э2	0	
1.11	Тема 3. Маркетинг в торговле. 1. Комплекс маркетинга торгово-посреднических организаций. 2. Система обеспечения конкурентоспособности торгово-посреднических организаций. 3. Маркетинговые исследования в оптовой и розничной торговле. /Пр/	5	4	УК-1 ПК-6	Л1.3 Л1.4 Л3.2 Э1 Э2	0	
1.12	Тема 3. Маркетинг гостиничных и туристских услуг. 1. Сегментирование потребителей гостиничных и туристских услуг. 2. Маркетинговые исследования рынка гостиничных и туристских услуг. /Пр/	5	4	УК-1 ПК-6	Л1.4 Л2.1 Л2.2 Л3.2 Э1 Э2	0	

1.13	Тема 5. Маркетинг страховых услуг. 1.Характеристика рынка страховых услуг. 2.Принципы маркетинга в страховании. 3.Формирование маркетинговой стратегии страховой компании. 4.Сегментация потребителей страховых услуг. /Пр/	5	4	УК-1 ПК-6	Л1.4Л2.4Л3.2 Э1 Э2	0	
1.14	Тема 6. Маркетинг банковских услуг. 1.Сегментация потребителей банковских услуг и позиционирование банковского продукта. 2.Коммуникационная политика в сфере банковских услуг. /Пр/	5	4	УК-1 ПК-6	Л3.2 Э1 Э2	0	
1.15	Тема 7. Маркетинг в сфере медицинских услуг. 1.Формирование стратегии управление взаимоотношениями с клиентами в сфере медицинских услуг. 2. Формирование имиджа медицинских учреждений. /Пр/	5	4	УК-1 ПК-6	Л3.2 Э1 Э2	0	
1.16	Тема 8. Маркетинг сферы образовательных услуг. 1.Сегментация рынка образовательных услуг. 2. Формирование стратегии привлечения потребителей образовательных услуг. /Пр/	5	6	УК-1 ПК-6	Л2.3Л3.2 Э1 Э2	0	
Раздел 2. Самостоятельная работа							
2.1	подготовка к практическим занятиям и самостоятельное углубленное изучение отдельных вопросов курса /Ср/	5	28	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4Л3.2 Э1 Э2	0	
2.2	Выполнение курсовой работы, подготовка к экзамену /Ср/	5	28	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4Л3.1 Э1 Э2	0	
2.3	Экзамен /Экзамен/	5	36	УК-1 ПК-6	Л1.1 Л1.4	0	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1		Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Москва: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2016, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086
Л1.2	Чернопятов А. М.	Маркетинг: учебник	Москва Берлин: Директ- Медиа, 2019, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259
Л1.3	Кириянова Л. Г.	Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: Учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2020, https://urait.ru/bcode/451797
Л1.4	Сидорова С.А., Галанина Е.Г.	Маркетинг: Учебно-методическое пособие	Самара: СамГУПС, 2020, https://umczdt.ru/books/1311/263274/

6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	---------------------	----------	-------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Филиппова И. Г., Абабкова М. Ю., Абабков Ю. Н.	Маркетинг в туризме: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015, http://znanium.com/go.php?id=484840
Л2.2	Кирьянова Л. Г.	Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: Учебное пособие	Москва: Издательство Юрайт, 2019, https://www.biblio-online.ru/bcode/434442
Л2.3	Чернопятов А. М.	Маркетинг в образовании: учебно-методическое пособие	Москва Берлин: Директ- Медиа, 2018, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482564
Л2.4	Чернова Г.В.	Страхование и управление рисками: учебник для бакалавров	Москва: Юрайт, 2019,
Л2.5	Галабурда В.Г., Соколов Ю.Г., Бубнова Г.В., Иванова Е.А., Стрельцов А.В., Лавров И.М., Богданова Т.В.	Транспортный маркетинг: Учебное пособие	Москва: ФГБУ ДПО «Учебно методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020, https://umcздт.ru/books/1216/242217/

6.1.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Зорькина Ю.И.	Маркетинг: учебно-метод. пособие по выполн. курсовой работы	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2021,
Л3.2	Зорькина Ю.И.	Маркетинг: учебно-метод. пособие по организации самостоятельной работы и проведению практ. занятий	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2021,

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Интернет-портал "Маркетинг"	http://marketing.web-3.ru
Э2	официальный сайт издательского дома «Гребенников» (журналы: «Интернет-маркетинг», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Промышленный и B2B маркетинг», «Маркетинг услуг», «Клиентинг и управление клиентским портфелем», «Маркетинговые коммуникации»).	http://grebennikon.ru

6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

6.3.1 Перечень программного обеспечения

Office Pro Plus 2007 - Пакет офисных программ, лиц.45525415

Windows XP - Операционная система, лиц. 46107380

Free Conference Call (свободная лицензия)

Zoom (свободная лицензия)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

Компьютерная справочно-информационная система "Консультант Плюс"

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

ЭБС «Книгафонд»

«Издательство Лань»

«ЭБС ЮРАЙТ»

ЭБС «ZNANIUM»ЭБС

«BOOK.ru»

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Аудитория	Назначение	Оснащение
423	Помещения для самостоятельной работы обучающихся. зал электронной информации	Тематические плакаты, столы, стулья, стеллажи Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет, свободному доступу в ЭБС и ЭИОС.
2604	Учебная аудитория для проведения занятий	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска

Аудитория	Назначение	Оснащение
	лекционного типа	
2600	Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели: столы, стулья, доска

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендации по организации изучения дисциплины

Для продуктивного изучения дисциплины и успешного прохождения контрольных испытаний (текущих и промежуточных) студенту рекомендуется:

В самом начале учебного курса познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программа дисциплины;
- перечень знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть;
- тематические планы лекций и практических занятий;
- контрольные мероприятия;
- список основной и дополнительной литературы, а также электронных ресурсов;
- перечень вопросов к зачёту с оценкой.

Процесс изучения дисциплины нужно построить с учётом следующих важных моментов:

- большой объем дополнительных источников информации;
- широчайший разброс научных концепций, точек зрения и мнений по всем вопросам содержания;
- значительный объем нормативного материала, подлежащий рассмотрению;
- существенно ограниченное количество учебных часов, отведенное на изучение дисциплины.

Получив представление об основном содержании темы, необходимо изучить материал с помощью основной и дополнительной литературы. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Учитывая особенности распределения материала дисциплины, рекомендуется следующая последовательность освоения изучаемых тем:

- студент знакомится с основными понятиями и научными представлениями о принципах и способах решения профессиональных задач. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект;
- студент изучает содержательные аспекты решения поставленных задач на реальном практическом материале или приближённой к нему моделируемой ситуации.

Успешно освоить дисциплину и создать базу для сдачи зачета позволит систематическое выполнение учебных заданий в ходе самостоятельной работы. Самостоятельная работа представляет собой овладение компетенциями, включающими научные знания, практические умения и навыки во всех формах организации обучения, как под руководством преподавателя, так и без него. При этом необходимо целенаправленное управление самостоятельной деятельностью посредством формулировки темы-проблемы, ее уточнения через план или схему, указания основных и дополнительных источников информации, вопросов и заданий для самоконтроля осваиваемых знаний, заданий для развития необходимых компетенций, посещения консультаций преподавателя.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла. Для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме, в форме электронного документа. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла. Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Проведение учебного процесса может быть организовано с использованием ЭИОС университета и в цифровой среде (группы в социальных сетях, электронная почта, видеосвязь и др. платформы). Учебные занятия с применением ДОТ проходят в соответствии с утвержденным расписанием. Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся проводится с применением ДОТ.

Дисциплина реализуется с применением ДОТ.

Рекомендации по проведению учебного процесса с использованием ЭИОС университета и ДОТ технологий:

1. Изучить материалы лекций (по слайдам) по всем темам, размещенные на ЭИОС, письменно ответить на поставленные вопросы по лекции
2. Выполнить практические работы - в соответствии с размещенными заданиями.
3. По окончании изучения каждой темы - пройти тест.
4. Для выполнения курсовой работы - познакомиться с Методическими указаниями по выполнению курсовой работы
5. В расписании учебных занятий у преподавателя проставлен код входа в Zoom, Учебные занятия с применением ДОТ проходят в соответствии с утвержденным расписанием. Также можно использовать для проведения групповых и

индивидуальных консультаций, решение текущих вопросов - в режиме реального времени.