


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
Факультет	Экономический
Кафедра	Менеджмента и теории экономики
Курс	4

Направление (специальность) **38.03.02 Менеджмент**
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) **Стратегическое планирование и маркетинг**
полное наименование

Форма обучения **очная**
очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются)

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2024 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №_от_20_г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №_от_20_г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол №_от_20_г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	Менеджмента и теории экономики	К.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	
Заведующий выпускающей кафедрой Менеджмента и теории экономики	
 Подпись	Т.Ю.Иванова / ФИО «14» июня 2024 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель дисциплины “Маркетинг в отраслях и сферах деятельности” - это формирование знаний и развитие компетенций в области современной теории маркетинга в отраслях и сферах деятельности и формирование навыков ее практического использования у студентов бакалавриата, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг».

Задачи дисциплины:


- ❖ ознакомить студентов с основными понятиями, законами, принципами и концептуальными подходами теории маркетинговой деятельности в разных отраслях и сферах деятельности;
- ❖ рассмотреть этапы процесса маркетинговой деятельности в разных отраслях и сферах деятельности;
- ❖ охарактеризовать инструменты маркетинга в отраслях и сферах деятельности;
- ❖ выявить методические особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является дисциплиной по выбору вариативной части Рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг» и имеет код Б1.В.ДВ.07.02 и читается на 8 семестре 4 курса обучения.

Освоение курса «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего, по курсам: «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Психология маркетинга», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Современные проблемы менеджмента», «Рекламное дело», «Прямые коммуникации», «Цифровой маркетинг», «Валютный рынок и валютные операции», «Инвестиционный анализ», «Маркетинговые исследования».


В ходе освоения данной дисциплины формируется компетенция ПКЗ.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
<p>Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)</p>	<p>ПК-3 - Способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>ИД-1 ПК-3. Знать способы представления планов, бюджетов и результатов маркетинговой деятельности в отраслях и различных сферах на совещаниях, в деловой переписке и электронных коммуникациях; ИД-1.1 ПК-3. Знать методы сбора и обработки маркетинговой информации в отраслях и сферах деятельности для осуществления стратегического анализа деятельности организации; ИД-2 ПК-3. Уметь изучать и анализировать поведение потребителей и конкурентную среду отрасли при помощи инструментов отраслевого маркетинга; ИД-2.1 ПК-3. Уметь разрабатывать организационно-техническую и организационно-экономическую документацию (графики работ, инструкции, планы, сметы, бюджеты, технико-экономические обоснования, частные технические задания) и составлять управленческую отчетность по утвержденным формам ИД-3. ПК-3. Владеть технологиями публичных выступлений, деловой переписки, электронных коммуникаций, участия в совещаниях при организации маркетинга в отраслях и сферах деятельности;</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 6 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):216

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)	
	всего по плану	в том числе по семестрам
		8
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54
Аудиторные занятия, в том числе:	54	54
лекции	18	18
семинары и практические занятия	18	18
лабораторные работы, практикумы	18	18
Самостоятельная работа студента	126	126
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Реферат опрос тестирование задание	Реферат опрос тестирование задание
Курсовая работа	+	+
Вид промежуточной аттестации	экзамен (36)	экзамен (36)
Всего часов по дисциплине	216	216

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1. Предмет и особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности	24	6	2	2	-	14	Реферат
2. Маркетинг в промышленности	24	6	2	2	-	14	опрос
3. Маркетинг в агробизнесе	24	6	2	2	-	14	опрос
4. Туристический маркетинг	24	6	2	2	-	14	опрос
5. Маркетинг гостиничного хозяйства	24	6	2	2	-	14	опрос
6. Маркетинг образовательных услуг	24	6	2	2	-	14	опрос
7. Банковский маркетинг	24	6	2	2	-	14	Опрос
8. Маркетинг в страховом бизнесе	24	6	2	2	-	14	опрос
9. Маркетинг торговли	24	6	2	2	-	14	Реферат
Экзамен	36	-	-	-	-	36	
ИТОГО	216	54	18	18	11	162	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет и особенности маркетинга в отраслевой сфере

Предмет дисциплины. Цели, задачи и методика изучения дисциплины. Сущность структуры отраслевого маркетинга. Специфические особенности отраслевого маркетинга. Сущность специфики маркетинга, определяемые особенностями видов деятельности и отраслей.

Тема 2. Маркетинг в промышленности

Аналитическая функция маркетинга на предприятии. Производственная функция маркетинга на предприятии. Сбытовая функция маркетинга на предприятии. Функция управления и контроля маркетинга на предприятии.

Тема 3. Маркетинг в агробизнесе

Комплекс агробизнеса в РФ. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Типы рынков внутри маркетинговой сферы. 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.

Тема 4. Туристский маркетинг


Понятие туристского маркетинга. Функции туристского маркетинга. Исторические аспекты туризма. Понятие и классификация туризма. Туристский продукт. Основные и дополнительные услуги. Функции туристского продукта. Туристский рынок, сущность, структура и современное состояние. Сегментирование туристского рынка. Концепции туристского маркетинга, его цели и функции. Методы продвижения и продажи туристского продукта. Стимулирование продаж туристского продукта. Принципы туристского маркетинга.

Тема 5. Маркетинг гостиничного хозяйства

Особенности комплекса маркетинга гостиничного хозяйства. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг. Концепция развития маркетинга гостиничного бизнеса. Маркетинговое планирование. Специфика маркетинговых исследований и их проведение. Выбор целевых рынков. Методы разработки целевого рынка гостиничных услуг. Оценка собственного положения на рынке. Определение целей, постановка задач и их выполнение. Маркетинговый контроль. Маркетинг-микс гостиничного сервиса. Гостиничная реклама.

Тема 6. Маркетинг образовательных услуг

Понятия предмета маркетинга в образовании. Субъекты маркетинга образовательных услуг и их функции. Функции организаций – потребителей ОУП. Функции образовательных учреждений. Функции посреднических структур. Функции государства. Объекты маркетинга ОУП. Особенности комплекса маркетинга образовательных услуг. Содержание и функции маркетинга ОУП. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг. Стратегии маркетинга образовательных услуг. Ценообразование на рынке ОУП.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Тема 7. Банковский маркетинг

Основное содержание банковского маркетинга. Маркетинговая информация в деятельности российских банков. Комплекс маркетинга в деятельности российских банков. Управление банковским маркетингом.

Тема 8. Маркетинг в страховом бизнесе

Общие сведения о страховании. Анализ страхового рынка России. Основные принципы маркетинга в страховании. Задачи маркетинга в страховании. Управление маркетингом в страховании. Программа маркетинга страховой компании.

Тема 9. Маркетинг торговли

Концепция маркетинга в торговле. Механизм управления маркетингом торговли. Характеристика видов маркетинга в сфере торговли. Планирование маркетинга торговли. Технологии маркетинга торговли.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет – 18 часов (по очной форме обучения), 10 часов (по заочной форме обучения).

Тема 1. Предмет и особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности

Форма проведения семинарского занятия – дискуссия о роли и месте знаний по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» в процессе освоения квалификации (степени) «бакалавр» по направлению «Менеджмент» по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг». Обсуждение рефератов по теме семинара.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Предмет и методология дисциплины.
2. Сущность структуры отраслевого маркетинга.
3. Национальный и международный маркетинг.
4. Маркетинг в странах с рыночной и переходной к рыночной экономикой.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

5. Маркетинг в материальной сфере, посреднической и финансовой деятельности.
6. Маркетинг потребительских товаров и средств производства, объектов капитального строительства.
7. Маркетинг потребительских товаров и производственных услуг.
8. Маркетинг в некоммерческих организациях, государственных, региональных и муниципальных учреждениях.
9. Специфические особенности отраслевого маркетинга, определяемые особенностями видов деятельности и отраслей.

Тема 2. Маркетинг в промышленности

Форма проведения семинарского занятия - устный опрос и дискуссия, деловая игра по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Аналитическая функция маркетинга на предприятии.
2. Производственная функция маркетинга на предприятии.


Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Сбытовая функция маркетинга на предприятии.
4. Функция управления и контроля маркетинга на предприятии.

Тема 3. Маркетинг в агробизнесе

Форма проведения семинарского занятия - устный опрос, обсуждение рефератов по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

1. Комплекс агробизнеса в РФ.
2. Особенности рынков в комплексе агробизнеса.
3. Типы рынков внутри маркетинговой сферы.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

4. Спрос на рынках сельскохозяйственной продукции.
5. Товарное предложение на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров.
6. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве.
7. Риски в сельском хозяйстве и их нейтрализация.

Тема 4. Туристический маркетинг

Форма проведения семинарского занятия - устный опрос, ролевая игра по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Понятие туристского маркетинга.
2. Функции туристского маркетинга.
3. Исторические аспекты туризма.
4. Понятие и классификация туризма.
5. Туристский продукт.
6. Основные и дополнительные услуги.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

7. Функции туристского продукта.
8. Туристский рынок, сущность, структура и современное состояние.
9. Сегментирование туристского рынка.
10. Концепции туристского маркетинга, его цели и функции.
11. Методы продвижения и продажи туристского продукта.
12. Стимулирование продаж государства.
13. Принципы туристского маркетинга.

Тема 5. Маркетинг гостиничного хозяйства

Форма проведения семинарского занятия – дискуссия по теме, обсуждение рефератов, деловая мини-игра.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Особенности комплекса маркетинга гостиничного хозяйства.
2. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере.
3. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг.
4. Концепция развития маркетинга гостиничного бизнеса.
5. Маркетинговое планирование.
6. Специфика маркетинговых исследований и их проведение.
7. Выбор целевых рынков.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:


8. Методы разработки целевого рынка гостиничных услуг.
9. Оценка собственного положения на рынке.
10. Определение целей, постановка задач и их выполнение.
11. Маркетинговый контроль.
12. Маркетинг-микс гостиничного сервиса.
13. Гостиничная реклама.

Тема 6. Маркетинг образовательных услуг

Форма проведения семинарского занятия - устный опрос, ролевая игра по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Понятие предмета маркетинга в образовании.
2. Субъекты маркетинга образовательных услуг и их функции.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

3. Функции организаций – потребителей ОУП.
4. Функции образовательных учреждений.
5. Функции посреднических структур.
6. Функции государства.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

7. Объекты маркетинга ОУП.
8. Особенности комплекса маркетинга образовательных услуг.
9. Содержание и функции маркетинга ОУП.
10. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг.
11. Стратегии маркетинга образовательных услуг.
12. Ценообразование на рынке ОУП.

Тема 7. Банковский маркетинг

Форма проведения семинарского занятия - дискуссия, деловая игра по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Основное содержание банковского маркетинга.
2. Маркетинговая информация в деятельности российских банков.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

3. Комплекс маркетинга в деятельности российских банков.
4. Управление банковским маркетингом.

Тема 8. Маркетинг в страховом бизнесе

Форма проведения семинарского занятия - дискуссия, ролевая игра по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Общие сведения о страховании.
2. Анализ страхового рынка России.
3. Основные принципы маркетинга в страховании.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

4. Задачи маркетинга в страховании.
5. Управление маркетингом в страховании.
6. Программа маркетинга в страховой компании.

Тема 9. Маркетинг торговли

Форма проведения семинарского занятия - устный опрос, деловая игра по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Концепция маркетинга в торговле.
2. Механизм управления маркетингом торговли.
3. Характеристика видов маркетинга в сфере торговли.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:


4. Планирование маркетинга торговли.
5. Технологии маркетинга торговли.

7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Лабораторная работа №1 по теме «Предмет и особенности маркетинга в отраслевой сфере».

Задание к лабораторной работе:

- изучите цели и задачи отраслевого маркетинга;
- выявите тенденции развития теории и практики маркетинга в отраслях и сферах деятельности;
- дайте характеристику этапам становления теории отраслевого маркетинга.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

Лабораторная работа №2 по теме «Маркетинг в промышленности»

Задание к лабораторной работе:

- изучите основные функции промышленного маркетинга,
- дайте им письменную характеристику;
- приведите примеры использования на предприятиях промышленного маркетинга;
- опишите особенности применения маркетинга на промышленном предприятии.

Лабораторная работа №3 по теме «Маркетинг в агробизнесе»

Задание к лабораторной работе:

- охарактеризуйте комплекс агробизнеса в РФ;
- выявите особенности спроса на рынках сельскохозяйственной продукции;
- определите специфику товарного и ценового предложения на рынке сельскохозяйственных и продовольственных товаров в РФ.

Лабораторная работа №4 по теме «Туристский маркетинг»

Задание к лабораторной работе:

- выявите сущность и функции туристского маркетинга;
- охарактеризуйте концептуальные подходы к содержанию категорий «туристский продукт», «туристский рынок», «сегментирование туристского рынка»;
- опишите методы продвижения и продажи туристского продукта.

Лабораторная работа №5 по теме «Маркетинг гостиничного хозяйства»

Задание к лабораторной работе:

- определите особенности комплекса маркетинга гостиничного хозяйства;
- проведите анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг Вашего региона;
- выявите специфику гостиничной рекламы.

Лабораторная работа №6 по теме «Маркетинг образовательных услуг»

Задание к лабораторной работе:

- охарактеризуйте особенности комплекса маркетинга образовательных услуг;
- опишите стратегии маркетинга образовательных услуг.

Лабораторная работа №7 по теме «Маркетинг образовательных услуг»

Задание к лабораторной работе:

- выявите особенности управления банковским маркетингом;
- определите тенденции развития банковского маркетинга в Вашем регионе.

Лабораторная работа №8 по теме «Маркетинг в страховом бизнесе»

Задание к лабораторной работе:

- дайте характеристику развития страхового рынка России;
- опишите задачи маркетинга в страховании.


Лабораторная работа №9 по теме «Маркетинг торговли»

Задание к лабораторной работе:

- дайте характеристику видов маркетинга в сфере торговли;
- опишите особенности торгового маркетинга и тенденции его становления в РФ.


8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

8.1. Тематика рефератов по дисциплине

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

1. Специфика маркетинга в отраслях и сферах деятельности.
2. Перспективы развития отраслевого маркетинга в РФ.
3. Перспективы развития маркетинга услуг в РФ.
4. Организация маркетинга на промышленном предприятии (на конкретном примере).
5. Промышленный товар в системе маркетинга.
6. Конкурентоспособность промышленных предприятий (на конкретном примере).
7. Особенности агромаркетинга.
8. Маркетинговая деятельность агрофирмы малого бизнеса.
9. Маркетинговая деятельность крупного агрокомплекса.
10. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности.
11. Концепция маркетинга в туризме.
12. Роль маркетинговых технологий в продвижении туристических услуг.
13. Роль интернет-маркетинга на рынке туристических услуг.
14. Специфика гостиничных услуг.
15. Эксплуатационная программа гостиниц.
16. Маркетинговое планирование гостиничного сектора.
17. Состояние и перспективы рынка образовательных услуг.
18. Характерные черты продукта образовательных учреждений.
19. Маркетинговая деятельность образовательного учреждения на рынке высшего образования в РФ.
20. Маркетинг и модели организационной структуры банка.
21. Сегментирование и позиционирование банковского продукта на рынке.
22. Организация маркетинговых исследований на рынке банковских услуг.
23. Банковский маркетинг: специфика и перспективы.
24. Маркетинг в страховании.
25. Анализ страхового рынка России.
26. Особенности стимулирования продаж на рынке страховых услуг.
27. Маркетинг в торговле.
28. Маркетинг оптовой торговли.
29. Маркетинг розничной торговли.
30. Маркетинг в электронной коммерции.
31. Интернет-продажи фирмы.
32. Специфика маркетинга в сфере интеллектуальной деятельности.
33. Рынок труда.
34. Задачи маркетинга кадрового обеспечения.
35. Маркетинговые приемы продвижения рабочей силы.
36. Территориальный маркетинг как способ повышения инвестиционной привлекательности региона (на примере конкретного субъекта РФ).
37. Маркетинговая деятельность государственных учреждений региона.

Написание реферата – это краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда или трудов, включающий обзор литературы по теме, выбранной из перечня предлагаемых выше тем. Цель написания реферата – формирование и развитие компетенций обучающегося в области самостоятельной научно-исследовательской работы студента, в которой раскрывается суть исследуемой проблемы. Объем реферата может быть от 5 до 15 страниц формата А4. В структуре реферата выделяются: титульный лист, реферативный текст, список использованной литературы. В реферате допускается включение таблиц, графиков, схем, как в основном тексте, так и в качестве приложений. Критерии оценки реферата: соответствие теме; глубина проработки материала; правильность и полнота использования источников; владение терминологией и культурой речи; оформление реферата. По усмотрению преподавателя рефераты могут

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		


быть представлены на семинарских и практических занятиях в виде публичных выступлений с соответствующим обсуждением.

8.2. Тематика курсовых работ по дисциплине.

1. Специфика маркетинга в отраслях и сферах деятельности.
2. Перспективы развития отраслевого маркетинга в РФ.
3. Перспективы развития маркетинга услуг в РФ.
4. Организация маркетинга на промышленном предприятии (на конкретном примере).
5. Промышленный товар в системе маркетинга.
6. Конкурентоспособность промышленных предприятий (на конкретном примере).
7. Особенности агромаркетинга.
8. Маркетинговая деятельность агрофирмы малого бизнеса.
9. Маркетинговая деятельность крупного агрокомплекса.
10. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности.
11. Концепция маркетинга в туризме.
12. Роль маркетинговых технологий в продвижении туристических услуг.
13. Роль интернет-маркетинга на рынке туристических услуг.
14. Специфика гостиничных услуг.
15. Эксплуатационная программа гостиниц.
16. Маркетинговое планирование гостиничного сектора.
17. Состояние и перспективы рынка образовательных услуг.
18. Характерные черты продукта образовательных учреждений.
19. Маркетинговая деятельность образовательного учреждения на рынке высшего образования в РФ.
20. Маркетинг и модели организационной структуры банка.
21. Сегментирование и позиционирование банковского продукта на рынке.
22. Организация маркетинговых исследований на рынке банковских услуг.
23. Банковский маркетинг: специфика и перспективы.
24. Маркетинг в страховании.
25. Анализ страхового рынка России.
26. Особенности стимулирования продаж на рынке страховых услуг.
27. Маркетинг в торговле.
28. Маркетинг оптовой торговли.
29. Маркетинг розничной торговли.
30. Маркетинг в электронной коммерции.
31. Интернет-продажи фирмы.
32. Специфика маркетинга в сфере интеллектуальной деятельности.
33. Рынок труда.
34. Задачи маркетинга кадрового обеспечения.
35. Маркетинговые приемы продвижения рабочей силы.
36. Территориальный маркетинг как способ повышения инвестиционной привлекательности региона (на примере конкретного субъекта РФ).
37. Маркетинговая деятельность государственных учреждений региона.


9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. Сущность и характеристики маркетинга в отраслях и сферах деятельности.
2. Инструменты маркетинга в отраслях и сферах деятельности.
3. Специфические особенности отраслевого маркетинга, определяемые особенностями видов деятельности и отраслей.
4. Внешняя среда предприятия. Принцип двойственности, роль и влияние отдельных факторов на внешнюю среду.
5. Основные принципы оценки привлекательности рынка и уровня деловой

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

активности.


6. Сущность и особенности маркетинга в промышленности.
7. Аналитическая функция маркетинга на промышленном предприятии.
8. Производственная функция маркетинга на промышленном предприятии.
9. Сбытовая функция маркетинга на промышленном предприятии.
10. Функция управления и контроля маркетинга на промышленном предприятии.
11. Конкурентоспособность промышленных предприятий.
12. Специфика сегментации промышленного рынка.
13. Комплекс маркетинга в деятельности российских банков.
14. Специфика маркетинга банковских услуг.
15. Управление маркетингом в страховании.
16. Специфика маркетинга страховых услуг.
17. Состояние и перспективы маркетинга образовательных услуг.
18. Особенности комплекса маркетинга образовательных услуг.
19. Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг.
20. Туристский маркетинг.
21. Концепция маркетинга в туризме.
22. Особенности маркетинга туризма на международном рынке.
23. Маркетинг гостиничного хозяйства.
24. Особенности стимулирования продаж на рынке гостиничных услуг.
25. Маркетинг кадрового обеспечения.
26. Рынок труда и его влияние на развитие маркетинга кадрового обеспечения.
27. Маркетинг оптовой торговли.
28. Маркетинг розничной торговли.
29. Маркетинг электронной коммерции.
30. Особенности агромаркетинга.
31. Специфика маркетинга малого бизнеса в агросекторе.
32. Маркетинг крупного агрокомплекса.
33. Региональный маркетинг.
34. Экологический маркетинг.
35. Геополитический маркетинг.
36. Маркетинг территорий.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины		

10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1. Предмет и особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний	14	Проверка ответов на вопросы
2. Маркетинг в промышленности	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний;	14	Проверка ответов на вопросы
3. Маркетинг в агробизнесе	Проработка учебного материала, выполнение тестовых заданий по теме	14	Проверка выполнения тестовых заданий
4. Туристический маркетинг	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний;	14	Проверка ответов на вопросы
5. Маркетинг гостиничного хозяйства	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы по теме	14	Проверка ответов на вопросы
6. Маркетинг образовательных услуг	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний;	14	Проверка ответов на вопросы
7. Банковский маркетинг	Проработка учебного материала, выполнение тестовых заданий на знание основных определений и концепций	14	Проверка тестовых заданий
8. Маркетинг в страховом бизнесе	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний;	14	Проверка ответов на вопросы
9. Маркетинг торговли	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний;	14	Проверка ответов на вопросы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, Д. В. Климов [и др.]. - Москва : Юрайт, 2024. - 396 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/537021>
2. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124747.html>

б) дополнительная литература:

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535965>
2. Маркетинг услуг : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19490-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556538>
3. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515290>

в) учебно – методическая литература:

1. Белокопытова Н. Г. Курсовая работа по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» : учебно-методическое пособие по подготовке и защите для студентов бакалавриата 4 курса, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Стратегическое планирование и маркетинг» / УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 925 Кб). - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2735>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.
2. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» по организации самостоятельной работы обучающихся, осваивающих ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) : учебно-методическое пособие / УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 526 КБ). - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8905>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.


Согласовано:

Главный библиотекарь /
Должность сотрудника научной библиотеки

Голосова М.Н.
ФИО


подпись

20.05.2024 г.
дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение –

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

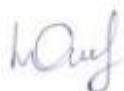
3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.


6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

20.05.2024

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине		

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются 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.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик программы дисциплины:

К.Э.Н., доцент



Белокопытова Н.Г.