

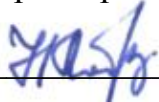
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 Н.В.Лобов

« 06 » октября 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Маркетинг в отраслях
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 252 (7)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления)

Направленность: Менеджмент (общий профиль , СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель - Формирование знаний, умений и навыков в разработке комплекса маркетинга с учетом отраслевой специфики Задачи: - освоение инструментов маркетинга применительно к отраслям - подготовка маркетинговых программ для рынка B2B

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Отраслевой маркетинг - Рынок B2B - Инструменты маркетинга

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.4	ИД-1ПК-1.4	Знает требования к разработке комплекса маркетинга с учетом отраслевой специфики, в т.ч. на рынке B2B с применением традиционных и инновационных подходов	Знает требования к разработке комплекса маркетинга с применением традиционных и инновационных подходов, возможности использования современных цифровых технологий в маркетинге	Индивидуальное задание
ПК-1.4	ИД-2ПК-1.4	Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для организации с учетом отраслевой специфики, на рынке B2B, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем с использованием современных цифровых технологий.	Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для организации, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем с использованием современных цифровых технологий	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.4	ИД-3ПК-1.4	Владеет навыками использования разных способов разработки и реализации комплекса маркетинга с учетом отраслевой специфики, на рынке B2B в традиционной и цифровой среде, оценки эффективности маркетинговых программ	Владеет навыками использования разных способов разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и цифровой среде, оценки эффективности маркетинговых программ	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	8
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	104	72	32
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	32	32	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	66	36	30
- контроль самостоятельной работы (КСР)	6	4	2
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	148	108	40
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет	9		9
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	252	180	72

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Тема 1. Маркетинг в торговле.	12	0	14	40
Оптовая и розничная торговля. Особенности комплекса маркетинга в дистрибуции, FMCG, онлайн площадок				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 2. Маркетинг услуг	14	0	14	40
Особенности комплекса маркетинга в HORECA, финансах, индустрии впечатлений, медицине, социальной сфере				
Тема 3. Промышленный маркетинг	6	0	8	28
Виды отраслей в промышленности. Особенности продукта на промышленном рынке.				
ИТОГО по 7-му семестру	32	0	36	108
8-й семестр				
Тема 4. B2B потребитель	0	0	6	8
Особенности коммуникации с потребителями на B2B рынке				
Тема 5. Промышленный бенчмаркинг	0	0	8	14
Оценка конкурентоспособности компании и продукта. Методы получения данных.				
Тема 6. Разработка стратегии на B2B рынке	0	0	16	18
Выбор стратегии на промышленных рынках.				
ИТОГО по 8-му семестру	0	0	30	40
ИТОГО по дисциплине	32	0	66	148

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Анализ комплекса маркетинга в ритейле
2	Анализ комплекса маркетинга в сфере услуг
3	Определение JTBD для промышленного продукта
4	Описание потребностей B2B потребителей
5	Проведение бенчмаркинга для выбранных компаний
6	Применение матриц для разработки стратегии

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Багаутдинова Н. Г. Промышленный маркетинг : учебное пособие / Н. Г. Багаутдинова, Д. С. Новиков, В. А. Саламашкин. - Москва: Экономика, 2004.	4
2	Минетт С. Промышленный маркетинг. Принципиально новый подход к решению маркетинговых задач : пер. с англ. / С. Минетт. - М.: Вильямс, 2003.	4
3	Мхитарян С. В. Отраслевой маркетинг : учебное пособие / С. В. Мхитарян. - М.: Эксмо, 2006.	5
2. Дополнительная литература		

2.1. Учебные и научные издания		
1	Егоршин А. П. Маркетинг организации : учебник для вузов : для бакалавров и специалистов / А. П. Егоршин. - Санкт-Петербург[и др.]: Питер, 2016.	3
2	Фролов С. Е. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: промышленный маркетинг : учебное пособие / С. Е. Фролов. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2010.	30
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	В2В-маркетинг	https://www.e-executive.ru/wiki/index.php/B2B-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.	https://urait.ru/bcode/433737	сеть Интернет; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Розанова, Н. М. Теория отраслевых рынков. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 492 с.	https://urait.ru/bcode/450061	сеть Интернет; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Dr. Web Enterprise Security Suite, 3000 лиц, ПНИПУ ОЦНИТ 2017

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
База данных научной электронной библиотеки (eLIBRARY.RU)	https://elibrary.ru/
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс (экран, компьютер, проектор)	1
Практическое занятие	Презентационный комплекс (экран, компьютер, проектор)	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Маркетинг в отраслях»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) образовательной программы:	Маркетинг и инновации
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Менеджмент и маркетинг
Форма обучения:	Очная
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачет (7 семестр) Зачет (8 семестр)

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение двух семестров (7-й и 8-й семестры учебного плана) и разбито на 2 учебных модуля – по одному в каждом семестре. В 7-м семестре предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, в 8-м семестре – только практические занятия, а также самостоятельная работа студентов в каждом семестре. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий, дифференцированного зачета в 7-м семестре и зачета в 8-м семестре. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Контролируемые результаты обучения по дисциплине

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Дифф. зачет Зачет
Усвоенные знания			
З.1. Знает требования к разработке комплекса маркетинга с учетом отраслевой специфики, в т.ч. на рынке B2B с применением традиционных и инновационных подходов	ТО		КИЗ
Освоенные умения			
У.1. Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для организации с учетом отраслевой специфики на рынке B2B, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем с использованием современных цифровых технологий		ПЗ	КИЗ
Приобретенные владения			
В.1. Владеет навыками использования разных способов разработки и реализации комплекса маркетинга с учетом отраслевой специфики на рынке B2B в традиционной и цифровой среде, оценки эффективности маркетинговых программ.		ПЗ	КИЗ

Условные обозначения: *ТО* - текущий опрос; *ПЗ* – практическое задание; *КИЗ* – комплексное индивидуальное задание

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИ-ПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;
- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль

Текущий контроль усвоения материала в форме устного опроса проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме практического задания (ПЗ). Примеры практических заданий приведены по семестрам.

2.2.1. Типовые практические задания на 7 семестр

1. Выбрать 2 компании из сферы ретейла, выделить и сравнить элементы комплекса маркетинга.
2. Выбрать 2 компании из сферы HORECA, выделить и сравнить элементы комплекса маркетинга.
3. Выбрать 2 компании из сферы банкинга, выделить и сравнить элементы комплекса маркетинга.

2.2.2. Типовые практические задания на 8 семестр

1. Провести промышленный бенчмаркинг для выбранного предприятия добывающей промышленности.

2. Провести промышленный бенчмаркинг для выбранного предприятия машиностроительной отрасли
3. Провести промышленный бенчмаркинг для выбранного предприятия пищевой промышленности

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания

2.3.1. Типовое комплексное индивидуальное задание на 7 семестр

Проанализировать методом бенчмаркинга комплекс маркетинга 2-3 выбранных предприятий в одной из нижеперечисленных отраслей: финансовой, сферы услуг, ретейла.

2.3.2. Типовое комплексное индивидуальное задание на 8 семестр

Проанализировать маркетинговую стратегию выбранного предприятия в одной из нижеперечисленных отраслей: машиностроения, фармацевтической, добывающей, пищевой.

Типовые шкала и критерии оценки результатов выполнения практических и индивидуальных заданий приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится по итогам седьмого семестра в форме дифференцированного зачета, в восьмом семестре - в форме зачета. Зачет без оценки и зачет с оценкой по дисциплине основываются на результатах выполнения предыдущих практических заданий студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета и дифференцированного зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета / зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания – выполнения и защиты комплексного индивидуального задания. Примерные темы задания приведены в п. 2.3.

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины (в т.ч. индивидуальные задания) размещены на учебном портале Гуманитарного факультета <http://portal-hsb.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации.

2.4.2.1. Шкалы оценивания результатов обучения на дифференцированном зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче дифференцированного зачета / зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при дифференцированном зачете / зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета / зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.