

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	управления
Кафедра	управления
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: « 01 » сентября 2020 г.

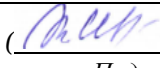
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 17 июня 2021 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 15 июня 2022 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 07 июня 2023 г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Аббревиатура кафедры	Ученая степень, звание
Белокопытова Н.Г.	КУ	к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой управления
( / Иванова Т.Ю./ Подпись ФИО «11» _____ июня _____ 2020 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа 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.1.ДВ.07.02.

Освоение курса «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего, по курсам: информационные технологии в экономике и управлении, основы проектного управления, введение в специальность, государственное регулирование экономики, менеджмент, маркетинг, поведение потребителей, рекламное дело, стратегический менеджмент и др.

В свою очередь, курс «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: инвестиционный анализ, моделирование бизнес–процессов, формирование бизнес систем и др.

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:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-4 - способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	Знать: • способы представления планов, бюджетов и результатов маркетинговой деятельности в отраслях и различных сферах на совещаниях, в деловой переписке и электронных коммуникациях; Уметь: • осуществлять публичные выступления по представлению планов, бюджетов и результатов отраслевого маркетинга; • вести электронные коммуникации при организации маркетинговых мероприятий в отраслях и сферах деятельности; Владеть:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины			
	- технологиями публичных выступлений, деловой переписки, электронных коммуникаций, участия в совещаниях при организации маркетинга в отраслях и сферах деятельности; Приобрести навыки: - осуществления делового общения при проведении маркетинговых мероприятий с учетом этико-правовых требований.		
ПК-3 - владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: - методы сбора и обработки маркетинговой информации в отраслях и сферах деятельности для осуществления стратегического анализа деятельности организации; - направления использования маркетинга в отраслях и сферах деятельности при разработке и осуществлении стратегии организации; Уметь: - применять инструменты отраслевого маркетинга для разработки стратегии организации; Владеть: - технологиями маркетинга в отраслях и сферах для осуществления стратегического анализа деятельности организации; Приобрести навыки: - подготовки и проведения маркетинговых мероприятий в отраслях и сферах для выявления путей повышения конкурентоспособности организации.		
ПК-9 – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Знать: - методы маркетинга в отраслях и сферах деятельности для оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций; - способы выявления рыночных и специфических рисков в деятельности организации при помощи отраслевого маркетинга; Уметь: - изучать и анализировать поведение потребителей и конкурентную среду отрасли при помощи инструментов отраслевого маркетинга; Владеть: - методами сбора и обработки первичной и вторичной маркетинговой информации для изучения поведения потребителей, конкурентной среды отрасли и выявления рисков в деятельности организации; Приобрести навыки: - оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; - осуществления маркетинговых мероприятий для анализа поведения потребителей экономических благ, изучения потребительского спроса, структур рынков и конкурентной среды отрасли.		
ПК-10 - владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии	Знать: - методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений по решению маркетинговых проблем организации; - приемы сбора и обработки маркетинговой информации, необходимой для построения экономических, финансовых и		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф - Рабочая программа дисциплины			
управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно- управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	организационно-управленческих моделей в рамках адаптации последних к конкретным задачам управления; Уметь: • осуществлять количественный и качественный анализ информации при принятии управленческих решений при диагностике маркетинговой проблемы организации; Владеть: • навыками количественного и качественного анализа первичной и вторичной маркетинговой информации при принятии управленческих решений, • инструментами маркетинга в отраслях и сферах деятельности для построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; Приобрести навыки: • количественного и качественного анализа маркетинговой информации для разработки управленческих решений и построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей, адаптированных к изменениям внешней среды организации.		

4.ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения - очная)		
	всего по плану	в том числе по семестрам	
		7	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:

Форма обучения очная

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	24	6	2	2	-	14	Реферат

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф - Рабочая программа дисциплины							
маркетинга в отраслях и сферах деятельности							
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	

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

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

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.

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 экономикам.

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.

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

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:

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.

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

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.
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.

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

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.

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»

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

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

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.

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

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 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.

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

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 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.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83143.html>

б) дополнительная литература:

1. Захарова Ю. Н. Маркетинг персонала [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс: учеб. пособие // Захарова Юлия Николаевна. - Электрон. текстовые дан. - Ульяновск : УлГУ, 2017. - URL: <http://edu.ulsu.ru/courses/848/interface/>
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433737>
3. Муравьева Е.В. Маркетинг в сервисе [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс: учеб. пособие / Муравьева Елена Валентиновна. - Электрон. текстовые дан. - Ульяновск : УлГУ, 2017. - URL: <http://edu.ulsu.ru/courses/856/interface/>

в) учебно – методическая литература:

1. Иванова Т. Ю. Методические указания по организации самостоятельной работы бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (бакалавриат) / Т. Ю. Иванова, О. В. Качагина; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 1,18 Мб). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1343>
2. 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» / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 925 Кб). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2735>

Согласовано:

Главный библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

/ Голосова М.Н.

ФИО

подпись

дата

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

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2020]. - URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2020]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

3.3. «Grebennikov» : электронная библиотека / ИД Гребенников. - Москва, [2020]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. - Москва, [2020]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/pages/catalogue.html> <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

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

7.2. Образовательный портал УлГУ. - URL: <http://edu.ulsu.ru>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

Согласовано:

зам. нач. УИТ | Ключева АВ | 09.06.2020г.
Должность сотрудника УИТиТФИО ФИО Подпись дата

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

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.

Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

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  доцент Белокопытова Н.Г.

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/вы- пускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		11.06. 2021
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Иванова Т.Ю.		11.06. 2021

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

Приложение 1

II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / Е. И. Мазилкина. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03162-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83143.html>

б) дополнительная литература:

1. Захарова Ю. Н. **Маркетинг персонала** : электронный учебный курс / Захарова Юлия Николаевна. - Ульяновск : УлГУ, 2017. - URL: <https://portal.ulsu.ru/course/view.php?id=94458> . - Режим доступа: Портал ЭИОС УлГУ. - Текст : электронный.

URL: <https://portal.ulsu.ru/course/view.php?id=94458>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484237>

3. Муравьева Е.В. **Маркетинг в сервисе** : электронный учебный курс / Муравьева Елена Валентиновна. - Ульяновск : УлГУ, 2017. - URL: <https://portal.ulsu.ru/course/view.php?id=93942> . - Режим доступа: Портал ЭИОС УлГУ. - Текст : электронный.

URL: <https://portal.ulsu.ru/course/view.php?id=93942>

в) учебно – методическая литература:

1. 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 / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 526 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8905>

2. 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» / Н. Г. Белокопытова; УлГУ, ИЭиБ, Каф. управления. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 925 КБ). - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2735>

Согласовано:

Главный библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

Голосова М.Н.

ФИО



подпись

10.06.2021

дата

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

Приложение 2

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. - Москва, [2021]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2021]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - 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, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2021]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. - Москва, [2021]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. - Москва, [2021]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа: для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

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

Согласовано:

Земляч. нел. УлГУ / Киричкова МВ / 01.06.2021
Должность сотрудника УНТ/ИТ ФГОУ подпись дата

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/вы- пускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		15.06. 2022

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

Приложение 1

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, [2022]. - 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, [2022]. - 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, [2022]. - 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, [2022]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - 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, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2022]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. - Москва, [2022]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. - Москва, [2022]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал. - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

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

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. 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.

СОГЛАСОВАНО:

зам. нац. упр. Ключков Р.В. 03.06.2022г.
Должность сотрудника УИТИТ ФИО подпись дата

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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/вы- пускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Иванова Т.Ю.		07.06. 2023
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Иванова Т.Ю.		07.06. 2023

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

Приложение 1

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : Учебник для вузов / Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 570 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/488325>
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 595 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2878-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508855>

б) дополнительная литература:

1. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514743>
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16552-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531279>
3. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510837>

в) учебно – методическая литература:

1. Белокопытова Н. Г. Курсовая работа по дисциплине «Маркетинговые исследования» : 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 : 926 Кб). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/2734>
2. Белокопытова Н. Г. Методические указания по дисциплине «Маркетинговые исследования» 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 : 503 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8904>

Согласовано:

Главный библиотекарь / Голосова М.Н. /  / 2023
 Должность сотрудника научной библиотеки ФИО Подпись Дата

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

Приложение 2

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, [2023]. – 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, [2023]. - 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, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - 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, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – 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.

СОГЛАСОВАНО:

Иванов Вадим Иванов Ю.В. Иванов 01.06.2023
Должность сотрудника УИТиТ ФИО подпись дата