


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

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета ИЭиБ
 от «22» июня 2023 г., протокол № 09 / 261
 Председатель  И.Б.Романова
 «22» июня 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности
Факультет	управления
Кафедра:	управления
Курс	1

Направление 38.04.02 «Менеджмент»
 Профиль «Стратегический менеджмент и маркетинг»
 (квалификация (степень) «магистр»)

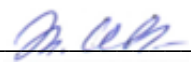

Форма обучения очная


Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2023 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
Голубева С.А.	Управления (КУ)	доцент, к.э.н., доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
 / Т.Ю. Иванова «07» ____ 06 ____ 2023 г.	 / Т.Ю. Иванова / «07» ____ 06 ____ 2023г.

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 слушателей магистратуры, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Задачи дисциплины:

- ❖ ознакомить слушателей магистратуры 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 магистров по направлению 08.04.02 «Менеджмент» имеет код Б1.В.ДВ.02.01.


Освоение курса «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее: иностранный язык в профессиональной деятельности и международной коммуникации, технология самоорганизации личности, современные проблемы менеджмента, теория организации и организационное поведение, методы исследований в менеджменте.

В свою очередь, курс «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: Маркетинг территорий, Рекламные технологии, Бренд-менеджмент, PR-технологии, Психология в маркетинге, Документообеспечение управленческой и маркетинговой деятельности, Статистические методы в маркетинге, Проектная деятельность, Практика по профилю профессиональной деятельности, Преддипломная практика, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

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
ПК-2 - Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга, осуществлять управление маркетинговой деятельностью	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, используемые в маркетинге в разных отраслях и сферах деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде, используемые в маркетинге в разных отраслях и сферах деятельности;

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

Владеть:	<ul style="list-style-type: none"> • навыками экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2 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	
		1	2
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	28	-	28
Аудиторные занятия, в том числе:	28	-	28
лекции	14	-	14
семинары и практические занятия	14	-	14
лабораторные работы, практикумы	-	-	-
Самостоятельная работа студента	44	-	44
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы:	Реферат Коллоквиум Контрольная работа	-	Реферат Коллоквиум Контрольная работа
Курсовая работа	-	-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	-	зачет
Всего часов по дисциплине	72	-	72

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 маркетинга в отраслях и сферах деятельности		1	1	-	1	4	Реферат
2. Маркетинг в промышленности		2	2	-	2	4	Контрольная работа
3. Маркетинг в агробизнесе		1	1	-	1	4	Реферат
4. Туристический маркетинг		1	1	-	1	4	Контрольная работа
5. Маркетинг гостиничного хозяйства		1	1	-	1	4	Реферат
6. Маркетинг образовательных услуг		1	1	-	1	4	Коллоквиум
7. Банковский		2	2	-	2	4	Контроль-

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

маркетинг							ная работа
8. Маркетинг в страховом бизнесе		1	1	-	1	4	Реферат
9. Маркетинг торговли		2	2	-	2	4	Контрольная работа
10. Маркетинг кадрового обеспечения		1	1	-	1	4	Коллоквиум
11. Региональный, экологический и геополитический маркетинг		1	1	-	1	4	Реферат
Итого:	72	14	14	-	14	44	

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.

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

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.

Тема 10. Маркетинг кадрового обеспечения

Понятие рынка труда, его виды и механизм функционирования. Рыночные взаимосвязи характеристик населения и предприятий. Содержание, задачи, основные аспекты и концепции маркетинга кадрового обеспечения. Информационное обеспечение и маркетинговые исследования на рынке труда. Процесс сегментирования на рынке труда и его особенности. Управление маркетингом рабочей силы. Основные направления перестройки работы кадровых служб в современных условиях.

Тема 11. Региональный, экологический и геополитический маркетинг

Региональная политика и типы региональных проблем. Региональный маркетинг (маркетинговые методы в региональной политике). Региональный экологический маркетинг. Экологический маркетинг на уровне предприятия. Маркетинговый подход в геополитике. Этнокультурно-политические проблемы и маркетинг.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ


Трудоемкость практических и семинарских занятий составляет –14 часов (по очной 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) «магистр» по направлению «Менеджмент» по профилю «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.

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

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:

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.

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

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.
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.

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

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.

Тема 10. Маркетинг торговли

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

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Понятие рынка труда, его виды и механизм функционирования.
2. Рыночные взаимосвязи характеристик населения и предприятий.
3. Содержание, задачи, основные аспекты и концепции маркетинга кадрового обеспечения.
4. Информационное обеспечение и маркетинговые исследования на рынке труда.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

5. Процесс сегментирования на рынке труда и его особенности.
6. Управление маркетингом рабочей силы.
7. Основные направления перестройки работы кадровых служб в современных условиях.

Тема 11. Региональный, экологический и геополитический маркетинг

Форма проведения семинарского занятия - дискуссия, обсуждение рефератов по теме.

Вопросы по теме для обсуждения на занятии:

1. Региональная политика и типы региональных проблем.
2. Региональный маркетинг (маркетинговые методы в региональной политике).
3. Региональный экологический маркетинг.

Вопросы по теме для самостоятельного изучения:

4. Экологический маркетинг на уровне предприятия.
5. Маркетинговый подход в геополитике.
6. Этнокультурно-политические проблемы и маркетинг.


7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работ по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

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.


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

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

8.2. Тематика контрольных работ

1. Маркетинг в промышленности
2. Туристический маркетинг

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

3. Банковский маркетинг

4. Маркетинг торговли


Цель написания контрольной работы – выявление уровня знания студентом теоретического материала по соответствующей тематике. Контрольная работа предполагает письменные ответы обучающегося на поставленные вопросы и задания. Контрольная работа может быть проведена в форме группового письменного тестирования с использованием открытых/закрытых вопросов, либо в форме письменного решения заданий, кейс-ситуаций и задач по соответствующей тематике.

8.3. Тематика курсовых работ по дисциплине.

Данный вид работы по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

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.


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

36. Маркетинг территорий.

10.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

Название тем	Вид самостоятельной работы	Объем в часах	Форма контроля
1.Предмет и особенности маркетинга в отраслевой сфере	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний	4	Проверка ответов на вопросы
2.Маркетинг в промышленности	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы на закрепление знаний;	4	Проверка ответов на вопросы
3. Маркетинг в агробизнесе	Проработка учебного материала, выполнение заданий по теме	4	Проверка выполнения заданий
4.Туристский маркетинг	Проработка учебного материала, таблично-аналитические задания по теме	4	Проверка ответов на таблично-аналитические задания по теме
5. Маркетинг гостиничного хозяйства	Проработка учебного материала, решение кейс-задач по теме	4	Проверка решений кейсов по теме
6. Маркетинг образовательных услуг	Проработка учебного материала, составление конспекта по теме	4	Проверка конспекта
7. Банковский маркетинг	Проработка учебного материала, написание эссе по теме	4	Проверка эссе
8. Маркетинг в страховом бизнесе	Проработка учебного материала, выполнение тестовых заданий	4	Проверка ответов на тестовые задания
9.Маркетинг торговли	Проработка учебного материала, письменные ответы на вопросы	4	Проверка ответов на вопросы
10.Маркетинг кадрового обеспечения	Проработка учебного материала, решение кейс-заданий	4	Проверка решений кейс-заданий
11. Региональный, экологический и геополитический маркетинг	Проработка учебного материала, подготовка конспекта по теме	4	Проверка конспекта

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

Основная

1. 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, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>

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. - Книга находится в премиум-версии IPR SMART. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <https://www.iprbookshop.ru/124747.html>. - Режим доступа: Цифровой образовательный ресурс IPR SMART; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-4497-1826-6.

Дополнительная

1. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531483> Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>


2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 2; перераб. и доп. - Москва: Вузовский учебник, 2022. - 282 с. - ВО - Бакалавриат. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-9558-0163-6. - ISBN 978-5-16-110568-9. - ISBN 978-5-16-004272-5.

Учебно-методическая

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : методические рекомендации для подготовки к семинарским (практическим) занятиям и организации самостоятельной работы студентов по направлению магистратуры 38.04.02 «Менеджмент» / С. А. Голубева ; УлГУ, Ин-т экономики и бизнеса. - 2023. - 16 с. - Неопубликованный ресурс. - URL:<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/15314>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный.

Согласовано:

Гл. библиотекарь / Голосова М.Н. 
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО

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

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе, указывается в соответствии со сведениями о материально-техническом обеспечении и оснащённости образовательного процесса, размещёнными на официальном сайте УлГУ в разделе «Сведения об 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.

Разработчики программы дисциплины:

к.э.н, доцент кафедры управления ИЭиБ
ФГБОУ ВО «УлГУ»



Голубева С.А.