

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 22.04.2024 14:31:12  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Заместитель директора по УМР  
ИСОУ

\_\_\_\_\_ Т.А. Харитонов  
«23» июня 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

направление подготовки: 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки»

направленность (профиль): Публичная политика и государственное управление

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана для обучающихся по направлению подготовки: 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки», направленность (профиль): Публичная политика и государственное управление

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

А.Л. Колтунов, доцент кафедры МиМУ, к.с.н.



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является изучение и освоение обучающимися основных социальных характеристик и методов разработки и внедрения маркетинговой стратегии в системе различных направлений производства и подготовка их к практической деятельности в области управления персоналом.

Задачи курса состоят в формировании у обучающихся:

- основ теоретических знаний, умений применения теоретических знаний в практической деятельности менеджера, ориентации во всем многообразии специальной литературы об управлении персоналом и точек зрения, определяющих отношение к нему;
- в необходимости формирования кругозора будущих специалистов по управлению путем освоения возможно большего объема современных знаний в области коммуникации и ее специфической форме - рекламе, теоретических аспектов и практических приемов менеджмента.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» относится к элективным дисциплинам, части формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:** маркетинговых методов сбора информации.

**Умение:** использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты

**Владение:** поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ.

Содержание дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является логическим продолжением содержания дисциплины: «Маркетинг» и служит основой для последующего усвоения дисциплины «Событийный маркетинг».

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

| Код и наименование компетенции                                                                                                     | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)                                                          | Код и наименование результата обучения по дисциплине                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПКС-6. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПКС-6.1. Использует маркетинговые технологии                                                                        | Знать: 3.1 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности                            |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                     | Уметь: У.1 применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта                    |
|                                                                                                                                    | ПКС-6.2. Детализирует структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений.                          | Знать: 3.2 организационные структуры организации                                                           |
|                                                                                                                                    |                                                                                                                     | Уметь: У.2 выявлять зоны ответственности, определять функции персонала организации.                        |
|                                                                                                                                    | ПКС-6.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты | Знать: 3.3 современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности |

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)                                                                      | Код и наименование результата обучения по дисциплине                                                                                                    |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                |                                                                                                                                 | Уметь: У.3 применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта                       |
|                                |                                                                                                                                 | Владеть: В.1 специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности                                                                |
|                                | ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках | Уметь: У.4 проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.                                        |
|                                |                                                                                                                                 | Владеть: В.2 навыками организации мониторинга маркетинговой информации                                                                                  |
|                                | ПКС-6.5. Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМ                     | Знать: 3.5 аналитику данных                                                                                                                             |
|                                |                                                                                                                                 | Уметь: У.5 обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМ при реализации коммуникационного продукта |

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часа.

Таблица 4.1.

| Форма обучения | Курс/семестр | Аудиторные занятия/контактная работа, час. |                      |                      | Самостоятельная работа, час. | Контроль, час. | Форма промежуточной аттестации |
|----------------|--------------|--------------------------------------------|----------------------|----------------------|------------------------------|----------------|--------------------------------|
|                |              | Лекции                                     | Практические занятия | Лабораторные занятия |                              |                |                                |
| 1              | 2            | 3                                          | 4                    | 5                    | 6                            | 7              | 8                              |
| очная          | 3/5          | 18                                         | 34                   | -                    | 56                           | -              | Зачет                          |

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

##### очная форма обучения (ОФО)-5 семестр

Таблица 5.1.1

| № п/п | Структура дисциплины |                                                                      | Аудиторные занятия, час. |     |      | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК            | Оценочные средства        |
|-------|----------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|--------------------|---------------------------|
|       | Номер раздела        | Наименование раздела                                                 | Л.                       | Пр. | Лаб. |           |             |                    |                           |
| 1     | 2                    | 3                                                                    | 4                        | 5   | 6    | 7         | 8           | 9                  | 10                        |
| 1     | 1                    | Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения | 3                        | 6   | -    | 9         | 19          | ПКС-6.1<br>ПКС-6.2 | Дискуссия, приложение № 1 |

| №<br>п/<br>п | Структура дисциплины     |                                                                                     | Аудиторные занятия, час. |     |          | СРС,<br>час. | Все<br>го,<br>час<br>. | Код ИДК                                             | Оценочные<br>средства                     |
|--------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----|----------|--------------|------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------|
|              | Но<br>мер<br>разд<br>ела | Наименование<br>раздела                                                             | Л.                       | Пр. | Ла<br>б. |              |                        |                                                     |                                           |
| 1            | 2                        | 3                                                                                   | 4                        | 5   | 6        | 7            | 8                      | 9                                                   | 10                                        |
| 2            | 2                        | Маркетинг в агропромышленном комплексе                                              | 3                        | 6   | -        | 9            | 18                     | ПКС-6.1<br>ПКС-6.2                                  | Тесты,<br>приложение<br>№ 4               |
| 3            | 3                        | Маркетинг в сфере услуг                                                             | 3                        | 6   |          | 9            | 18                     | ПКС-6.2<br>ПКС-6.3                                  | Дискуссия,<br>приложение<br>№ 2           |
| 4            | 4                        | Особенности маркетинга в сфере образования                                          | 3                        | 6   | -        | 9            | 18                     | ПКС-6.2<br>ПКС-6.3                                  | Тесты,<br>приложение<br>№ 5               |
| 5            | 5                        | Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов | 3                        | 5   | -        | 9            | 18                     | ПКС-6.3<br>ПКС-6.4                                  | Дискуссия,<br>приложение<br>№ 3           |
| 6            | 6                        | Маркетинг консалтинговых услуг                                                      | 3                        | 5   | -        | 11           | 17                     | ПКС-6.5                                             | Тесты,<br>приложение<br>№ 6               |
|              |                          | Зачет                                                                               |                          |     |          |              |                        | ПКС-6.1<br>ПКС-6.2<br>ПКС-6.3<br>ПКС-6.4<br>ПКС-6.5 | Вопросы к<br>зачету,<br>приложение<br>№ 7 |
| Итого:       |                          |                                                                                     | 18                       | 34  | -        | 56           | 108                    |                                                     |                                           |

#### **Заочная форма обучения (ЗФО)-5 семестр**

Не реализуется.

#### **Очно-заочная форма обучения (ОФО)**

Не реализуется.

#### **5.2. Содержание дисциплины.**

##### **5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).**

#### **Тема 1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения**

Предметы и средства труда. Средства производства. Рынок продукции производственно-технического назначения. Специфические особенности маркетинга продукции производственно-технического назначения. Принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения. Типы инноваций продукции производственно-технического назначения: инновации с предсказуемым риском; перенос инноваций с предсказуемым риском; улучшающие инновации; перенос прорывных инноваций; прорывные инновации.

## **Тема 2. Маркетинг в агропромышленном комплексе**

Агропромышленный комплекс: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера. Структура агробизнеса в Российской Федерации. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Особенности сельскохозяйственного производства. Переплетение производственно-экономических процессов с природно-биологическими процессами. Естественная особенность с/хозяйства - его сезонность. Длительность производственного цикла. Неустойчивость по отношению к погодным условиям. Различия в плодородии земли. Маркетинговая деятельность в сельскохозяйственном производстве. Рынок продукции сельского хозяйства: маркетинговый аспект.

## **Тема 3. Маркетинг в сфере услуг**

Понятие услуг, их отличия от товаров. Характеристики услуг: неосвязаемость; неотделимость, неразрывность производства и потребления услуги; непостоянство качества; несохраняемость. Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в России. Классы услуг - основа сегментирования рынка услуг. Классификация услуг (Ловелок): на кого (на что) направлены услуги и осязаемы ли они.

## **Тема 4. Особенности маркетинга в сфере образования**

Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП): сущность, субъекты, объекты, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ. Коммерциализация в российском образовании. Антимаркетинговые стереотипы в сфере образования. Рынок образовательных услуг в России: анализ состояния и проблемы перехода к рынку. Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. Макро- и микросреда субъектов рынка образовательных услуг и продуктов и их влияние на конъюнктуру российского рынка образования.

## **Тема 5. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов**

Отличительные черты товаров народных промыслов (ТНП): производятся из дешевых природных материалов; изготавливаются вручную; отсутствие стандартов и неповторимость этих предметов; художественную ценность предметов НП определяет "рука мастера", его фамилия; неразрывно связаны с историей народа; сохраняют и развивают народные традиции; выпускаются небольшими партиями; постоянно видоизменяются, приспосабливаясь к новым привычкам и вкусам покупателей. Классификация ТНП: по видам; по материалу, из которого изготовлено изделие; по способу изготовления; по территории развития промыслов. Понятие о рынке ТНП и его структуре. Рынок ТНП: потенциальный рынок, доступный, обслуживаемый, занятый, организованный, неорганизованный.

## **Тема 6. Маркетинг консалтинговых услуг**

Основные характеристики консалтинговых услуг: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость, необратимость. Преодоление неосвязаемости - развитие брэнда консалтинговой фирмы. Выработка имиджевой политики фирмы. Преодоление неотделимости от источника: усиление мотивации, развитие технологии консультирования; разделение процесса консультирования на простые этапы, допускающие участие менее квалифицированного персонала; формализация опыта и знаний консультантов

путем создания баз знаний и экспертных систем. Преодоление непостоянства качества: создание системы контроля качества услуг; отслеживание удовлетворенности клиентов качеством услуг на промежуточных этапах. Преодоление несохраняемости: привлечение внештатных сотрудников в пиковое время; выполнения части работы персоналом клиента; передачи части работ на субподряд; установление дифференцированных цен в зависимости от сезона.

#### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

##### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

| №<br>п/п | Номер<br>раздела<br>дисциплины | Объем, час. |     |      | Тема лекции                                                                         |
|----------|--------------------------------|-------------|-----|------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                | ОФО         | ЗФО | ОЗФО |                                                                                     |
| 1        | 2                              | 3           | 3   | 5    | 6                                                                                   |
| 1        | 1                              | 3           | -   | -    | Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения                |
| 2        | 2                              | 3           | -   | -    | Маркетинг в агропромышленном комплексе                                              |
| 3        | 3                              | 3           | -   | -    | Маркетинг в сфере услуг                                                             |
| 4        | 4                              | 3           | -   | -    | Особенности маркетинга в сфере образования                                          |
| 5        | 5                              | 3           | -   | -    | Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов |
| 6        | 6                              | 3           | -   | -    | Маркетинг консалтинговых услуг                                                      |
| Итого:   |                                | 18          |     | -    |                                                                                     |

##### Практические занятия

Таблица 5.2.2

| №<br>п/п | Номер<br>раздела<br>дисциплины | Объем, час. |     |      | Тема практического занятия                                                          |
|----------|--------------------------------|-------------|-----|------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                | ОФО         | ЗФО | ОЗФО |                                                                                     |
| 1        | 2                              | 3           | 4   | 5    | 6                                                                                   |
| 1        | 1                              | 6           | -   | -    | Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения                |
| 2        | 2                              | 6           | -   | -    | Маркетинг в агропромышленном комплексе                                              |
| 3        | 3                              | 6           | -   | -    | Маркетинг в сфере услуг                                                             |
| 4        | 4                              | 6           | -   | -    | Особенности маркетинга в сфере образования                                          |
| 5        | 5                              | 5           | -   | -    | Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов |
| 6        | 6                              | 5           | -   | -    | Маркетинг консалтинговых услуг                                                      |
| Итого:   |                                | 34          |     | -    | -                                                                                   |

##### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

##### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

| №<br>п/п | Номер<br>раздела<br>дисципли<br>ны | Объем, час. |     |      | Тема                                                                                | Вид СРС                |
|----------|------------------------------------|-------------|-----|------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
|          |                                    | ОФО         | ЗФО | ОЗФО |                                                                                     |                        |
| 1        | 2                                  | 3           | 4   | 5    | 6                                                                                   | 7                      |
| 1        | 1                                  | 9           | -   | -    | Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения                | Подготовка к дискуссии |
| 2        | 2                                  | 9           | -   | -    | Маркетинг в агропромышленном комплексе                                              | Подготовка к дискуссии |
| 3        | 3                                  | 9           | -   | -    | Маркетинг в сфере услуг                                                             | Подготовка к дискуссии |
| 4        | 4                                  | 9           | -   | -    | Особенности маркетинга в сфере образования                                          | Подготовка к дискуссии |
| 5        | 5                                  | 9           | -   | -    | Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов | Подготовка к дискуссии |
| 6        | 6                                  | 11          | -   | -    | Маркетинг консалтинговых услуг                                                      | Подготовка к дискуссии |
|          |                                    |             |     |      | Зачет                                                                               | Подготовка к зачету    |
| Итого:   |                                    | 56          | -   | -    | X                                                                                   | X                      |

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### 6. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы у ЗФО не предусмотрены учебным планом

### 7. Контрольные работы (для заочной формы обучения)

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножко М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

7.2. Тематика контрольных работ.

1. Развитие маркетинга и специфика российского маркетинга.
2. Природа, сущность и особенности промышленного маркетинга.
3. Организация сбора и анализа маркетинговой информации на промышленном предприятии.
4. Мотивация промышленного покупателя.
5. Маркетинговые исследования на промышленном предприятии.
6. Основные характеристики рынков и особенности продуктов производственного назначения.

7. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность.
8. Разработка политики товародвижения в маркетинговой деятельности.
9. Маркетинговые коммуникации на промышленном рынке.
10. Личные продажи как способ продвижения товара на рынок.
11. Специфика сегментации потребителей промышленного рынка.
12. Упаковка товара и ее роль в товарной политике фирмы.
13. Ценовая политика как элемент предпринимательского поведения.
14. Цели и методы ценообразования на новый товар.
15. Маркетинг услуг.
16. Особенности маркетинговой деятельности фирмы на рынке конкретной страны.
17. Банковский маркетинг: сущность концепции маркетинга; постановка задач, целей и определение возможностей банка.
18. Маркетинг в сфере нематериальных услуг: специфика, анализ внешней среды; конкуренты.

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

5 семестр

Таблица 8.1

| № п/п                | Виды мероприятий в рамках текущего контроля | Количество баллов |
|----------------------|---------------------------------------------|-------------------|
| 1                    | 2                                           | 3                 |
| 1 текущая аттестация |                                             |                   |
| 1.1                  | Дискуссия                                   | 20                |
| 1.2                  | Тесты                                       | 10                |
|                      | ИТОГО за первую текущую аттестацию          | 30                |
| 2 текущая аттестация |                                             |                   |
| 2.1                  | Дискуссия                                   | 20                |
| 2.2                  | Тесты                                       | 10                |
|                      | ИТОГО за вторую текущую аттестацию          | 30                |
| 3 текущая аттестация |                                             |                   |
| 3.1                  | Дискуссия                                   | 20                |
| 3.2                  | Тесты                                       | 20                |
|                      | ИТОГО за третью текущую аттестацию          | 40                |
|                      | <b>ВСЕГО</b>                                | <b>100</b>        |

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>

- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
- ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч.

отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Microsoft Windows.

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

### Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

| № п/п | Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы | Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно- наглядных пособий и используемого программного обеспечения                                                                    | Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор) |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | 2                                                                                                                                                                | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 4                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 1     | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности                                                                                                                       | Лекционные занятия:<br>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность:<br>Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.<br>Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.                                         | 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70                                                                                                                                                                                                    |
|       |                                                                                                                                                                  | Практические занятия:<br>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность:<br>Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная.<br>Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран. | 625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70                                                                                                                                                                                                    |

## **11. Методические указания по организации СРС**

### **11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.**

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

### **11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.**

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

## Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Код, направление подготовки: 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки»

Направленность (профиль): Публичная политика и государственное управление

| Код компетенции                                                                                                                      | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                       | Код и наименование результата обучения по дисциплине                                    | Критерии оценивания результатов обучения                                              |                                                                                                               |                                                                                                                    |                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                      |                                                                                            |                                                                                         | 1-2                                                                                   | 3                                                                                                             | 4                                                                                                                  | 5                                                                                                 |
| 1                                                                                                                                    |                                                                                            | 2                                                                                       | 3                                                                                     | 4                                                                                                             | 5                                                                                                                  | 6                                                                                                 |
| ПКС-6<br>Способность применять основные маркетинговые технологии коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПКС-6.1.Использует маркетинговые технологии                                                | Знать: 3.1 современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности         | Не знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности         | Плохо знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок         | Знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки         | В совершенстве знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности         |
|                                                                                                                                      |                                                                                            | Уметь: У.1 применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта | Не умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта | Плохо умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта, допуская ряд ошибок | Умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта, допуская незначительные ошибки | В совершенстве умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта |
|                                                                                                                                      | ПКС-6.2. Детализирует структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений. | Знать: 3.2 организационные структуры организации                                        | Не знает организационные структуры организации                                        | Плохо знает организационные структуры организации, допуская ряд ошибок                                        | Знает организационные структуры организации, допуская незначительные ошибки                                        | В совершенстве знает организационные структуры организации                                        |

|                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                           | Уметь: У.2<br>выявлять зоны<br>ответственности,<br>определять<br>функции<br>персонала<br>организации.                                                           | Не умеет<br>выявлять<br>зоны<br>ответственн<br>ости,<br>определять<br>функции<br>персонала<br>организац<br>и.                                                                  | Плохо<br>умеет<br>выявлять<br>зоны<br>ответственн<br>ости,<br>определять<br>функции<br>персонала<br>организац<br>и, допуская<br>ряд ошибок                                                                      | Умеет<br>выявлять<br>зоны<br>ответственно<br>сти,<br>определять<br>функции<br>персонала<br>организации,<br>допуская<br>незначительн<br>ые ошибки                                                                  | В<br>совершенстве<br>умеет<br>выявлять<br>зоны<br>ответственно<br>сти,<br>определять<br>функции<br>персонала<br>организации.                                                                 |
| ПКС-6.3.<br>Использует<br>современные<br>информационн<br>о-<br>коммуникацио<br>нные<br>технологии и<br>специализиров<br>анные<br>программные<br>продукты. | Знать: 3.3<br>современные<br>информационно-<br>коммуникационн<br>ые технологии<br>используемые в<br>маркетинговой<br>деятельности                               | Не знает<br>современны<br>е информаци<br>онно-<br>коммуникац<br>ионные<br>технологии<br>используем<br>ые в<br>маркетинго<br>вой<br>деятельност<br>и                            | Плохо знает<br>современны<br>е информаци<br>онно-<br>коммуникац<br>ионные<br>технологии<br>используем<br>ые в<br>маркетинго<br>вой<br>деятельност<br>и, допуская<br>ряд ошибок                                  | Знает<br>современные<br>информацион<br>но-<br>коммуникаци<br>онные<br>технологии<br>используемы<br>е в<br>маркетингово<br>й<br>деятельности,<br>допуская<br>незначительн<br>ые ошибки                             | В<br>совершенстве<br>знает<br>современные<br>информацион<br>но-<br>коммуникаци<br>онные<br>технологии<br>используемы<br>е в<br>маркетингово<br>й<br>деятельности                             |
|                                                                                                                                                           | Уметь: У.3<br>применять<br>современные<br>информационно-<br>коммуникационн<br>ые технологии<br>при разработке и<br>реализации<br>коммуникационн<br>ого продукта | Не умеет<br>применять<br>современны<br>е информаци<br>онно-<br>коммуникац<br>ионные<br>технологии<br>при<br>разработке<br>и<br>реализации<br>коммуникац<br>ионного<br>продукта | Плохо<br>умеет<br>применять<br>современны<br>е информаци<br>онно-<br>коммуникац<br>ионные<br>технологии<br>при<br>разработке<br>и<br>реализации<br>коммуникац<br>ионного<br>продукта,<br>допуская<br>ряд ошибок | Умеет<br>применять<br>современные<br>информацион<br>но-<br>коммуникаци<br>онные<br>технологии<br>при<br>разработке и<br>реализации<br>коммуникаци<br>онного<br>продукта,<br>допуская<br>незначительн<br>ые ошибки | В<br>совершенстве<br>умеет<br>применять<br>современные<br>информацион<br>но-<br>коммуникаци<br>онные<br>технологии<br>при<br>разработке и<br>реализации<br>коммуникаци<br>онного<br>продукта |
|                                                                                                                                                           | Владеть: В.1<br>специализирован<br>ными<br>программными<br>продуктами в<br>профессиональн<br>ой деятельности                                                    | Не владеет<br>поиском<br>статистичес<br>кой и<br>аналитичес<br>кой<br>информаци<br>и                                                                                           | Плохо<br>владеет<br>поиском<br>статистичес<br>кой и<br>аналитичес<br>кой<br>информаци<br>и, допуская<br>ряд ошибок                                                                                              | Владеет<br>поиском<br>статистическ<br>ой и<br>аналитическо<br>й<br>информации,<br>допуская<br>незначительн<br>ые ошибки                                                                                           | В<br>совершенстве<br>владеет<br>поиском<br>статистическ<br>ой и<br>аналитическо<br>й<br>информации                                                                                           |

|  |                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                           |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>ПКС-6.4.<br/>Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> | <p>Уметь: У.4<br/>проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.</p>                                         | <p>Не умеет проводить мониторинг необходимой информации и из всех источников в целях профессиональной деятельности</p>                                        | <p>Плохо умеет проводить мониторинг необходимой информации и из всех источников в целях профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок</p>                   | <p>Умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки</p>          | <p>В совершенстве умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности</p>                                          |
|  |                                                                                                                                            | <p>Владеть: В.2<br/>навыками организации мониторинга маркетинговой информации</p>                                                                                   | <p>Не владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации</p>                                                                                   | <p>Плохо владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации</p>                                                                                   | <p>Владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации</p>                                                                                   | <p>В совершенстве владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации</p>                                                                                   |
|  | <p>ПКС-6.5.<br/>Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ</p>                    | <p>Знать: З.4<br/>аналитику данных</p>                                                                                                                              | <p>Не знает аналитику данных</p>                                                                                                                              | <p>Плохо знает аналитику данных, допуская ряд ошибок</p>                                                                                                         | <p>Знает аналитику данных, допуская незначительные ошибки</p>                                                                                              | <p>В совершенстве знает аналитику данных</p>                                                                                                                              |
|  |                                                                                                                                            | <p>Уметь: У.5<br/>обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта</p> | <p>Не умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта</p> | <p>Плохо умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта</p> | <p>Умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта</p> | <p>В совершенстве умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта</p> |

**КАРТА****обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Код, направление подготовки: 41.03.06 «Публичная политика и социальные науки»

Направленность (профиль): Публичная политика и государственное управление

| №<br>п/п | Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания                                                                                                                                                                                                              | Количество экземпляров в БИК | Контингент обучающихся, использующих указанную литературу | Обеспеченность обучающихся литературой, % | Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-) |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 1        | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 3                            | 4                                                         | 5                                         | 6                                         |
| 1        | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / ред.: С. В. Карпова, С. В. Мхитарян. - М: Издательство Юрайт, 2022. - 404 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт"<br><a href="https://urait.ru/bcode/490035">https://urait.ru/bcode/490035</a> | ЭР                           | 25                                                        | 100                                       | +                                         |
| 2        | Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова, С. П. Азарова, А. А. Арский, С. Л. Балова [и др.]. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 474 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт".<br><a href="https://urait.ru/bcode/489061">https://urait.ru/bcode/489061</a>     | ЭР                           | 25                                                        | 100                                       | +                                         |
| 3        | Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для бакалавров / ред.: А. Л. Абасов [и др.]. - Москва: Дашков и К, 2021. - 433 с. - ЭБС "Лань".<br><a href="https://e.lanbook.com/book/229427">https://e.lanbook.com/book/229427</a>                                                                    | ЭР                           | 25                                                        | 100                                       | +                                         |

## Лист согласования

**Внутренний документ "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности\_2022\_41.03.06\_ПГУб"**

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

| Серийный номер ЭП | Должность                                                | ФИО                            | ИО                                | Результат   |
|-------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------|
|                   | Ведущий специалист                                       |                                | Кубасова Светлана Викторовна      | Согласовано |
|                   | Директор                                                 | Каюкова Дарья Хрисановна       | Ситницкая Любовь Ивановна         | Согласовано |
|                   | Директор института                                       | Воронин Александр Владимирович | Харитоновна Татьяна Александровна | Согласовано |
|                   | Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук | Белоножко Марина Львовна       |                                   | Согласовано |