

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2018_93518
Актуализировано: 28.03.2021

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг товаров и услуг

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
	шифр
	Менеджмент МиС
	наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04
	шифр
	Маркетинг
	наименование
Формы обучения	Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Березина Екатерина Александровна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	приобретение теоретических знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в области товаров и услуг
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование у обучающихся представления о теории и практике, ключевых разделов маркетинга товаров и услуг, инструментах различных комплексов маркетинга. 2. Сформировать у обучающихся знания о процессе организации и управлении маркетинга услуг. 3. Сформировать навыки использования концепций маркетинга услуг в управлении предприятием. 4. Сформировать системно-целостное видение социально-экономической сущности механизмов взаимодействия участников рынка услуг.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-6

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений		
Знает	Умеет	Владеет
методы маркетинга товаров и услуг, методы планирования и прогнозирования спроса	использовать методы планирования и прогнозирования спроса на товары и услуги	навыками использования маркетингового инструментария в управлении маркетингом товаров и услуг

Компетенция ПК-8

владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений		
Знает	Умеет	Владеет
основные маркетинговые инструменты в производственной сфере и сфере услуг	использовать маркетинговый инструментарий при управлении ассортиментом предприятия	навыками принятия решений в области маркетинга товаров и услуг

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Теоретические и методологические основы маркетинга товаров и услуг	ПК-6
2	Комплекс маркетинга товаров и услуг	ПК-8
3	Клиентская лояльность. Марочная политика в сфере услуг	ПК-6
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-6, ПК-8

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	5 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	3	5	216	6	103	36	18	18	0	113			5

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Теоретические и методологические основы маркетинга товаров и услуг»		65.50
Лекции		
Л1.1	Методологические основы товарного маркетинга	1.00
Л1.2	Международные модели маркетинга услуг	1.00
Л1.3	Современная концепция маркетинга товаров и услуг	2.00
Л1.4	Покупательское поведение и покупательские риски в сфере индустрии сервиса	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Определение концепции маркетинга товаров и услуг	1.00
П1.2	Свойства и классификация услуг	1.00
П1.3	Управление спросом на услуги	2.00
П1.4	Маркетинговые исследования товаров и услуг	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Самостоятельное изучение тем дисциплины	30.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	23.50
Раздел 2 «Комплекс маркетинга товаров и услуг»		71.00
Лекции		
Л2.1	Качество услуги и факторы его формирующие	1.00
Л2.2	Ценообразование товаров и услуг	1.00
Л2.3	Каналы распределения услуг	1.00
Л2.4	Продвижение товаров и услуг	1.00
Л2.5	Дополнительные средства комплекса услуг	4.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Качество услуг	2.00
П2.2	Методы ценообразования товаров и услуг	2.00
П2.3	Организация распределения и продажи товаров и услуг	1.00
П2.4	Организация и техника продвижения товаров и услуг потребителю	1.00
П2.5	Внутренний маркетинг	2.00
П2.6	Интерактивный маркетинг	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Самостоятельное изучение тем дисциплины	30.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	23.00
Раздел 3 «Клиентская лояльность. Марочная политика в сфере услуг»		52.50
Лекции		
Л3.1	Клиентская лояльность	2.00
Л3.2	Марочная политика в сфере услуг	2.00
Семинары, практические занятия		

ПЗ.1	Оценка программ клиентской лояльности	1.00
ПЗ.2	Брендинг	1.00
Самостоятельная работа		
СЗ.1	Самостоятельное изучение тем дисциплины	28.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	18.00
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
Э4.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР4.2	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР4.1	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		216.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся ознакамливаются на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Васильев, Г. А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг : учебное пособие / Г.А. Васильев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-238-01578-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114559/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Клименко, Л. В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие / Л.В. Клименко. - Ростов-на-Дону|Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. - 111 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-3130-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Л.М. Загорская, В.А. Назаркина. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. - 130 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-3207-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576584/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Маркетинг : учеб. пособие / ред. И. М. Синяева. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011. - 384 с. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 381 - 382. - ISBN 978-5-9558-0183-4 : 219.89 р., 319.89 р. - Текст : непосредственный.

5) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова, Н.П. Козлова, О.З. Матвеева. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Баумгартен, Леонид Владимирович. Основы маркетинга гостиничных услуг : Учебник для СПО / Л. В. Баумгартен. - Москва : Юрайт, 2021. - 338 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10548-3 : 849.00 р. - URL: <https://urait.ru/bcode/475814> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст : электронный.

2) Николаева, М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг / М. А. Николаева. - Екатеринбург : УрГПУ, 2017. - 166 с. - ISBN 978-5-7186-0867-0 : Б. ц. -

URL: <https://e.lanbook.com/book/159004> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

3) Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н.А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. - ISBN 978-5-238-01519-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Маркетинг : учебник / ред. Н. М. Кондратенко. - Москва : Юрайт, 2011. - 540 с. : ил. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-1026-1 : 269.00 р. - Текст : непосредственный.

5) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева, Л.А. Корчагова, А.В. Малыгин. - 3-е изд., перераб. - Москва : Дашков и К°, 2021. - 433 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-04185-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебно-методические издания

1) Шайхутдинова, Г. Ф. Маркетинг : учебно-методическое пособие / Г.Ф. Шайхутдинова. - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2012. - 223 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272506/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - М. : Изд-во Финпресс. - Выходит раз в два месяца. - ISSN 1028-5849. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Березина, Екатерина Александровна. Маркетинг товаров и услуг : учебно-наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" всех форм обучения / Е. А. Березина ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2021. - 13 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04

- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / -
Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
Проектор Smart V25 к интерактивной доске

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=93518