

Утверждаю:
 Руководитель центра дополнительного
 образования, профессор
 _____ Н.М. Белецкая

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН

(рабочие программы дисциплин являются составной частью программы повышения квалификации «Актуальные вопросы современного маркетинга»)

5.1. Рабочая программа дисциплины

«Методологические составляющие комплекса маркетинга»

5.1.1. Учебно-тематический план

дисциплины «Методологические составляющие комплекса маркетинга»

№ п/п	Наименование тем	Всего, час.	в том числе			Форма контроля*
			лекции	практич. занятия	самост. работа	
1.1	Комплекс маркетинга как инструмент взаимодействия с целевым рынком	4	2	-	2	-
1.2	Сегментация рынка. Выбор целевого сегмента	2	-	2	-	-
Всего		6	2	2	2	-

*- текущий контроль и промежуточная аттестация не предусмотрены

5.1.2. Матрица формирования профессиональных компетенций в дисциплине «Методологические составляющие комплекса маркетинга»

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Профессиональные компетенции	
			ПК-1	ПК-2
1.1	Комплекс маркетинга как инструмент взаимодействия с целевым рынком	4	+	-
1.2	Сегментация рынка. Выбор целевого сегмента	2	+	-
Всего		6		

5.1.3. Содержание дисциплины

«Методологические составляющие комплекса маркетинга» (6 час.)

Тема 1.1 Комплекс маркетинга как инструмент взаимодействия с целевым рынком (2 час.)

Актуальные цели, задачи, основные принципы и функции маркетинга. Составные элементы комплекса маркетинга. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг). Разработка, реализация и совершенствование политики ценообразования, системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики организации на целевом рынке. Разработка, реализация и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций. Разработка и реализация программ лояльности на целевом рынке.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
1.2	Сегментация рынка. Выбор целевого сегмента	2
	Всего	2

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Наименование самостоятельной работы	Кол-во час
1.1	<p>Задание 1. Поясните возможности реализации программ лояльности на целевом рынке.</p> <p>Задание 2. Охарактеризуйте основные виды деятельности маркетинга</p> <p>Задание 3. Проанализируйте преимущества и недостатки инструментов продвижения товаров</p> <p>Литература</p> <p>1. Гришкова Н.С. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, Р. Н. Нагапетьянц : Белгород: Изд-во БУКЭП, 2017. - 264 с.</p> <p>2. Маркетинг. Учебник и практикум: учеб. для бакалавриата / Московский гос. университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ); под ред. Л. А. Данченко. - М.: Юрайт, 2014. - 486 с.</p> <p>3. Наумов, В. Н. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. вузов / В. Н. Наумов. - М.: Инфра-М, 2016. - 320 с.,</p> <p>4. http://www.book.ru/book/918689</p> <p>5. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012</p>	2
	Всего	2

5.1.4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Методологические составляющие комплекса маркетинга»

1. Белозерова, И. А. Маркетинг [Текст]: рабочая тетрадь для студентов направлений подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.01 "Экономики" / И. А. Белозерова, А. А. Чалова; АНО ВО "Белгородский ун-т кооперации, экономики и права", Ставропольский ин-т кооп. (филиал). - Ставрополь: [б. и.], 2016. - 106 с.

2. Гришкова Н.С. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, Р.Н.Нагапетьянц Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. - 264 с.

3. Красюк, И. А. Маркетинг в коммерческой деятельности [Текст] : учеб. пособие для вузов / И. А. Красюк, Л. В. Казакова. - Ростов н/Д: Феникс, 2015. - 397 с.

4. Маркетинг. Учебник и практикум: учеб. для бакалавриата / Московский гос. университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ) ; под ред. Л. А. Данченко. - М.: Юрайт, 2014. - 486 с.

5. Наумов, В. Н. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. вузов / В. Н. Наумов. - М.: Инфра-М, 2016. - 320 с.

6. Тенденции и перспективы развития маркетинга в современных условиях [Текст] : монография / под общ. ред. Е.В. Ромата, Н.В. Поповой. - Киев-Харьков: [б. и.], 2013- 436с.

7. Умавов, Ю. Д. Основы маркетинга [Текст]: учеб. пособие для вузов / Ю. Д. Умавов, Т. А. Камалова. - М.: КноРус, 2015. - 236 с

8. <http://www.book.ru/book/918689>

9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012>

Зав. кафедрой маркетинга
менеджмента, д.э.н, проф.

И.В. Роздольская

5.2. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью»
5.2.1. Учебно-тематический план
дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью»

№ п/п	Наименование тем	Всего, час.	в том числе			Форма контроля*
			лекции	практич. занятия	самост. работа	
2.1	Маркетинг в операционном и стратегическом управлении предприятием	3	2	-	1	-
2.2	Организация деятельности службы маркетинга	3	-	2	1	-
Всего		6	2	2	3	-

*- текущий контроль и промежуточная аттестация не предусмотрены

5.2.2. Матрица формирования профессиональных компетенций
в дисциплине «Управление маркетинговой деятельностью»

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Профессиональные компетенции	
			ПК-1	ПК-2
2.1	Маркетинг в операционном и стратегическом управлении предприятием	3	+	-
2.2	Организация деятельности службы маркетинга	3	+	-
	Всего	6		

5.2.3. Содержание дисциплины

«Управление маркетинговой деятельностью» (6 час.)

Тема 2.1 Маркетинг в операционном и стратегическом управлении предприятием (2 час.)

Место маркетинга в операционном и стратегическом управлении предприятием. Управление на корпоративном уровне. Стратегии хозяйственного портфеля. Стратегии на функциональном уровне. Управление товаром в комплексе маркетинга. Управление ценой. Управление системой распределения. Управление маркетинговыми коммуникациями. Организационные формы управления маркетинга. Планирование маркетинга.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
2.2	Организация деятельности службы маркетинга	2
	Всего	2

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Наименование самостоятельной работы	Кол-во час
2.1.	Задание 1. В чем заключаются особенности корпоративных стратегий маркетинга? Задание 2. Охарактеризуйте стратегии маркетинга на функциональном уровне Литература	1

	<p>1. Агаева, А. Н. Стратегический маркетинг[Текст]: учеб. пособие / А. Н. Агаева. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 187 с.</p> <p>3. Гришкова Н.С. Управление маркетинговой деятельностью [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016. - 205 с</p> <p>3. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: задания для практических занятий и самостоятельной работы / Н.С. Гришкова, : Изд-во БУКЭП, 2015. - 82 с.</p>	
2.2	<p>Задание 1. Поясните особенности формирования организационной и операционной структур организации с учетом отраслевой специфики.</p> <p>Задание 2. Охарактеризуйте организационные формы управления маркетингом</p> <p>Литература</p> <p>1. Агаева, А. Н. Стратегический маркетинг[Текст]: учеб. пособие / А. Н. Агаева. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 187 с.</p> <p>2. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская. – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. - 204 с.</p> <p>3. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: задания для практических занятий и самостоятельной работы / Н.С. Гришкова, : Изд-во БУКЭП, 2015. - 82 с.</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281</p>	1
	Всего	2

5.2.4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Управление маркетинговой деятельностью»

1. Агаева, А. Н. Стратегический маркетинг[Текст]: учеб. пособие / А. Н. Агаева. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 187 с.
2. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. - 204 с.
3. Гришкова Н.С. Управление маркетинговой деятельностью [Текст]: учеб. пособие / Н.С. Гришкова, Д.Н. Немыкин, И.И. Ледовская Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016. - 205 с
4. Гришкова Н.С. Управление маркетингом [Текст] : задания для практических занятий и самостоятельной работы / Н.С. Гришкова, : Изд-во БУКЭП, 2015. - 82 с.
5. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент[Текст]: /Ф.Котлер, К.Л.Келлер.- С-П., Питер, 2014.- 800 с.
6. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Текст]: учеб. и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. - М.: Юрайт, 2017. - 384 с.
7. Наумов, В. Н. Маркетинг [Текст] : учеб. для студ. вузов / В. Н. Наумов. - М.: Инфра-М, 2016. - 320 с.
8. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281>
9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>

Зав. кафедрой маркетинга
менеджмента, д.э.н, проф.

И.В. Роздольская

5.3. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины «Маркетинговые исследования»
 5.3.1. Учебно-тематический план
 дисциплины «Маркетинговые исследования»

№ п/п	Наименование тем	Всего час.	в том числе			Форма контроля*
			лекции	практич. занятия	самост. работа	
3.1	Количественные и качественные методы исследования	5	2	2	1	-
3.2	Методика проведения опросов	3	-	2	1	-
	Всего	8	2	4	2	-

*- текущий контроль и промежуточная аттестация не предусмотрены

5.3.2. Матрица формирования профессиональных компетенций
 в дисциплине «Маркетинговые исследования»

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Профессиональные компетенции	
			ПК-1	ПК-2
3.1	Количественные и качественные методы исследования	5	-	+
3.2	Методика проведения опросов	3	-	+
	Всего	8		

5.3.3. Содержание

Дисциплины «Маркетинговые исследования» (8 час.)

Тема 3.1 Количественные и качественные методы исследования (2 час.)

Система маркетинговых исследований и информации. Виды информации, внутренние и внешние источники информации. Система обработки и анализа информации, статистические методы. Количественные и качественные методы исследования: интервью, опросы, наблюдения, мониторинг, рейтинг, глубинное интервью, фокус-групп. Виды опросов. Методика составления опросов. Составление анкеты, ее апробация, проведение опросов, методика обработки результатов проведенного опроса.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
3.1	Количественные и качественные методы исследования	2
3.2	Методика проведения опросов	2
	Всего	4

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Наименование самостоятельной работы	Кол-во час
------------	-------------------------------------	------------

3.1.	<p>Задание 1. Поясните взаимосвязь подсистем маркетинговой информационной системы</p> <p>Задание 2. Разработайте план сбора текущей информации</p> <p>Литература</p> <p>1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 571 с.</p> <p>2. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования [Текст] : практикум / В. Т. Гришина. - М.: Вузовский учеб.: ИНФРА-М, 2015. - 58 с.</p> <p>3. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102</p>	1
3.2	<p>Задание 1. Проведите пробный опрос в выбранной Вами организации</p> <p>Литература</p> <p>1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2016. - 571 с.</p> <p>2. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования [Текст] : практикум / В. Т. Гришина. - М.: Вузовский учеб.: ИНФРА-М, 2015. - 58 с.</p> <p>3. Маркетинговые исследования [Текст]: практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата / Ю.А. Мозговая]. - Белгород: Изд-во БУКЭП, 2016. - 134 с.</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278</p>	1
	Всего	2

5.3.4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Маркетинговые исследования»

1. Агаева, А. Н. Развитие технологий маркетинговых исследований регионального рынка розничной торговли: моногр. / А. Н. Агаева, Т. З. Васильченко. – Белгород: Изд-во БУКЭП, 2015. – 193 с.

2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст]: учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая; Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2016. - 571 с.

3. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования [Текст]: практикум / В. Т. Гришина. - М.: Вузовский учеб.: ИНФРА-М, 2015. - 58 с.

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Текст] : учеб. и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. - М.: Юрайт, 2017. - 384 с.

5. Маркетинг [Текст]: учеб. и практикум / Московский университет им. С.Ю.Витте; под общ. ред. Н. М. Кондратенко. - 3-е изд. , перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2016. - 409 с.

6. Маркетинговые исследования [Текст]: практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата / Ю.А. Мозговая]. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016. - 134 с.

7. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

8. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102>

9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278>

5.4. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

5.4.1. Учебно-тематический план
 дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

№ п/п	Наименование тем	Всего, час.	в том числе			Форма контроля*
			лекции	практич. занятия	самост. работа	
4.1	Маркетинг гостиничного предприятия	5	1	2	2	-
4.2	Маркетинг туристской индустрии	3	1	2	-	-
	Всего	8	2	4	2	-

*- текущий контроль и промежуточная аттестация не предусмотрены

5.4.2. Матрица формирования профессиональных компетенций
 в дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Профессиональные компетенции	
			ПК-1	ПК-2
4.1	Маркетинг гостиничного предприятия	5	+	+
4.2	Маркетинг туристской индустрии	3	+	+
	Всего	8		

5.4.3. Содержание дисциплины
 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» (8 час.)

Тема 4.1 Маркетинг гостиничного предприятия (1 час.)

Маркетинг гостиничного предприятия. Понятие и особенности системы маркетинга и комплекса маркетинга предприятия сферы гостеприимства. Основные мероприятия маркетинговой деятельности в гостиничном предприятии.

Тема 4.2 Маркетинг туристской индустрии (1 час.)

Особенности системы маркетинга и комплекса маркетинга предприятий сферы туризма. Понятие и структура туристского продукта в системе маркетинга. Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия сферы туризма.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
4.1	Маркетинг гостиничного предприятия	2
4.2	Маркетинг туристской индустрии	2
	Всего	4

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Наименование самостоятельной работы	Кол-во час
4.1.	<p>Задание 1. Поясните особенности рыночного спроса на услуги гостиничных предприятий</p> <p>Задание 2. Каковы основные инструменты маркетинга в туристской индустрии?</p> <p>Литература:</p> <p>1. Маркетинг гостиничного предприятия : учеб. / Л.В. Баумгартен- М. : Юрайт, 2015 - 339с.</p> <p>2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности[Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Нагапетьянц, Е. В. Исаенко, Р. Н. Нагапетьянц; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учеб.: Инфра-М, 2013. - 282 с.</p> <p>3. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для студентов направления подгот. 43.03.03 "Гостиничное дело" / И.В. Роздольская, Ю. А. Мозговая, М.Е. Ледовская- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017 - 395с.</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823</p> <p>5. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712</p>	2
	Всего	2

5.4.4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

1. Маркетинг гостиничного предприятия : учеб. / Л.В. Баумгартен- М. : Юрайт, 2015 - 339с.
2. Маркетинг – менеджмент[Текст]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / под. ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. – М.: Юрайт, 2017. –380 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности[Текст]: учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Нагапетьянц, Е. В. Исаенко, Р. Н. Нагапетьянц; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учеб.: Инфра-М, 2013. - 282 с.
4. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для студентов направления подгот. 43.03.03 "Гостиничное дело" / И.В. Роздольская, Ю. А. Мозговая, М.Е. Ледовская- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017 - 395с.
5. Маркетинг гостиничного предприятия : задания для практ. занятий и самостоятельной работы студентов направления подгот. 43.03.03 "Гостиничное дело" / Ю. А. Мозговая- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016 - 100с.
6. Маркетинг в туристской индустрии : задания для практических занятий и самостоятельной работы для студентов направления подгот. 43.03.02 "Туризм" / Ю. А. Мозговая, И. И. Ледовская- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016 - 148с.
7. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>
8. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>
9. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>

Зав. кафедрой маркетинга
менеджмента, д.э.н, проф.

И.В. Роздольская

5.5. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины «Исследование поведения потребителей»
 5.5.1. Учебно-тематический план
 дисциплины «Исследование поведения потребителей»

№ п/п	Наименование тем	Всего, час.	в том числе			Форма контроля*
			лекции	практич. занятия	самост. работа	
5.1	Процесс покупки и модели поведения потребителей на рынке	4	2	2	-	-
5.2	Факторы, влияющие на процесс совершения покупки. Стил ь потребления	2	-	-	2	-
	Всего	6	2	2	2	-

*- текущий контроль и промежуточная аттестация не предусмотрены

5.5.2. Матрица формирования профессиональных компетенций
 в дисциплине «Исследование поведения потребителей»

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Профессиональные компетенции	
			ПК-1	ПК-2
5.1	Процесс покупки и модели поведения потребителей на рынке	4	-	+
5.2	Факторы, влияющие на процесс совершения покупки. Стил ь потребления	2	-	+
	Всего	6		

5.5.3. Содержание

Дисциплины «Исследование поведения потребителей» (6 час.)

Тема 5.1 Процесс покупки и модели поведения потребителей на рынке (2 час.)

Психологические составляющие поведения потребителей на рынке. Типы поведения покупателей. Процесс совершения покупки. Факторы, влияющие на процесс совершения покупки. Стил ь потребления. Изучение благоприятного отношения потребителей к организации, товару и к ассортименту. Формирование лояльности потребителей к организации и к товару. Уровень удовлетворенности покупателей как долгосрочная ориентация на покупки товаров и услуг.

Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование практического занятия	Кол-во час
5.1	Процесс покупки и модели поведения потребителей на рынке	2
	Всего	2

Задания для самостоятельной работы

Номер темы	Наименование самостоятельной работы	Кол-во час
5.2	<p>Задание 1. В чем заключаются особенности различных типов поведения покупателей?</p> <p>Задание 2. Поясните разнообразие мотивов покупки товара</p> <p>Задание 3. Обоснуйте процесс выбора магазина покупателем для покупки с точки зрения модели покупательского поведения</p> <p>Литература</p> <p>1. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Л. С. Драганчук. - М. : Инфра-М, 2017. - 192 с.</p> <p>2. Исследование поведения потребителей [Текст] : практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата и магистратуры / Т. Л. Скрипченко [и др.]. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2015. - 134 с.</p> <p>3. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281</p> <p>4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450723</p>	2
	Всего	2

5.4.4. Учебно-методическое обеспечение дисциплины «Исследование поведение потребителей»

1. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Л. С. Драганчук. - М. : Инфра-М, 2017. - 192 с.
2. Исследование поведения потребителей [Текст] : практикум для студентов всех направлений подгот. бакалавриата и магистратуры / Т. Л. Скрипченко [и др.]. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2015. - 134 с.
3. Поведение потребителей : учеб. пособие для студ. вузов / В. Н. Наумов- М. : Инфра-М, 2015 - 248с.
4. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112227>
5. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281>
6. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=4507236>

Зав. кафедрой маркетинга
менеджмента, д.э.н, проф.

И.В. Роздольская