

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:02:27

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c818b6ea882b8d602

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Национальный исследовательский университет

«Московский институт электронной техники»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

И.Г. Игнатова

«06» сентября 2020 г.

М.П.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Промышленный маркетинг»

Направление подготовки -38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина участвует в формировании следующей компетенции образовательной программы:

Компетенция ПК-5 «Способен проводить маркетинговые исследования и формировать предложения по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на основе результатов исследования» сформулирована на основе профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог».

Обобщенная трудовая функция: - А - Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Трудовая функция: А/01.6 – Подготовка к проведению маркетингового исследования; А/02.6 – Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Подкомпетенции, формируемые в дисциплине	Задачи профессиональной деятельности	Индикаторы достижения подкомпетенций
ПК-5.ПМ Способен осуществлять маркетинговые исследования рынка промышленных товаров (рынка В2В) и формировать предложения по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	- проведение маркетингового исследования, включающее сбор маркетинговой информации, её обработку и анализ, подготовку отчетов и рекомендаций; - формирование предложений по совершенствованию товарной и (или) ценовой политики, системы сбыта и продаж на внутреннем и (или) зарубежном рынках, по повышению конкурентоспособности продукции	Знания: структуры промышленного рынка, особенности спроса и предложения на промышленную продукцию; особенности поведения промышленных покупателей; методов проведения маркетингового исследования; основных принципов организации маркетинговой деятельности на рынке В2В. Умения: использовать инструментарий маркетинговых исследований для сбора и системной обработки маркетинговой информации; создавать отчеты по результатам маркетингового исследования; давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга. Опыт деятельности: в анализе конъюнктуры рынка В2В; в формировании предложений по совершенствованию маркетинговой политики предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Входные требования к дисциплине - знание экономики предприятия, форм экономических отношений, в том числе на международном рынке; умение определять экономические результаты деятельности предприятия, разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга для увеличения продаж; иметь опыт расчета и оценки основных экономических показателей для построения конкурентной карты рынка в целях принятия обоснованных управленческих решений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Курс	Семестр	Общая трудоёмкость (ЗЕ)	Общая трудоёмкость (часы)	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
				Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
3	6	3	108	32	-	16	60	3а

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ и наименование модуля	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Формы текущего контроля
	Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
1. Особенности промышленного маркетинга. Промышленный рынок.	8	-	6	15	Компьютерное тестирование
					Контрольная работа
					Отчет по выполнению практико-ориентированного задания
2. Характеристика промышленного	8	-	4	15	Компьютерное тестирование
					Контрольная работа

№ и наименование модуля	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Формы текущего контроля
	Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
покупателя					Отчет по выполнению практико-ориентированного задания
3. Маркетинг специфических видов продукции	12	-	2	22	Компьютерное тестирование
					Контрольная работа
					Отчет по выполнению практико-ориентированного задания
4. Реализация маркетинговых программ	4	-	4	8	Компьютерное тестирование
					Отчет по внешнему электронному курсу

4.1. Лекционные занятия

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1	1	2	Промышленный маркетинг как самостоятельная дисциплина. Особенности промышленного маркетинга.
	2	2	Маркетинг промышленный и маркетинг потребительский. Типология ППТН.
	3	2	Структурированность. Анализ конкурентной среды промышленного рынка.
	4	2	Особенности коммуникаций на промышленном рынке. Источники информации о промышленном рынке.
2	5	2	Количественный и качественный анализ спроса на промышленном рынке. Мотивация промышленного покупателя.
	6	2	Классификации моделей взаимодействия промышленных покупателей. Однофакторные модели. Обобщающие модели.
	7	2	Интерактивные модели взаимодействия промышленных покупателей.
	8	2	Двухступенчатая сегментация потребителей ППТН.
3	9	2	Классификация объектов маркетинга промышленной продукции. Обобщающие классификации.

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
	10	2	Характеристика маркетинга стандартизированной продукции. Товарная политика.
	11	2	Коммуникационная политика маркетинга на рынке стандартизированной продукции.
	12	2	Характеристика маркетинга уникальной продукции. Специфика взаимодействия при сбыте уникальной продукции.
	13	2	Ценовая политика на рынке уникальной продукции.
	14	2	Характеристика маркетинга систем. Управление неопределённостью. Характеристика маркетинга комплектующих.
4	15	2	Маркетинговые стратегии на промышленном предприятии.
	16	2	Организация службы маркетинга на промышленном предприятии.

4.2. Практические занятия

№ модуля дисциплины	№ практического занятия	Объем занятий (часы)	Наименование занятия
1	1	2	Особенности совершения промышленных покупок.
	2	2	Определение степени структурированности промышленного рынка (количественный метод).
	3	2	Определение степени структурированности промышленного рынка (качественный метод).
2	4	2	Базовая модель взаимодействия промышленных покупателей.
	5	2	Сегментация потребителей ППТН.
3	6	2	Маркетинг специфических видов промышленной продукции.
4	7	2	Маркетинговая стратегия в деятельности промышленных фирм.
	8	2	Отчет по внешнему электронному курсу.

4.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

4.4. Самостоятельная работа студентов

№ модуля дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
1	6	Работа с научной и учебной литературой, конспектами лекций, ЭМИРС, ресурсами Интернет по освоению содержания лекций.
	4	Выполнение текущих домашних заданий.
	3	Подготовка к выполнению практико-ориентированного задания.
	2	Выполнение Теста 1.
2	4	Работа с научной и учебной литературой, конспектами лекций, ЭМИРС, ресурсами Интернет по освоению содержания лекций.
	6	Выполнение текущих домашних заданий.
	3	Подготовка к выполнению практико-ориентированного задания.
	2	Выполнение Теста 2.
3	8	Работа с научной и учебной литературой, конспектами лекций, ЭМИРС, ресурсами Интернет по освоению содержания лекций.
	6	Выполнение текущих домашних заданий.
	6	Подготовка к выполнению практико-ориентированного задания.
	2	Выполнение Теста 3.
4	2	Работа с научной и учебной литературой, конспектами лекций, ЭМИРС, ресурсами Интернет по освоению содержания лекций.
	1	Выполнение текущих домашних заданий.
	1	Подготовка к выполнению практико-ориентированного задания.
	2	Выполнение Рубежного контроля.
	2	Изучение материалов Внешнего электронного курса и подготовка отчета.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов в составе УМК дисциплины (ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>):

Модуль 1 «Особенности промышленного маркетинга. Промышленный рынок»

✓ Конспекты лекций №1, №2, №3, №4, методические указания студентам по освоению дисциплины, задание Теста 1 (ОРИОКС).

Модуль 2 «Характеристика промышленного покупателя»

✓ Конспекты лекций №5, №6, №7, №8, методические указания студентам по освоению дисциплины, задание Теста 2 (ОРИОКС).

Модуль 3 «Маркетинг специфических видов продукции»

✓ Конспекты лекций №9, №10, №11, №12; №13, №14, методические указания студентам по освоению дисциплины, задание Теста 3 (ОРИОКС).

Модуль 4 «Реализация маркетинговых программ»

✓ Конспекты лекций №15, №16, методические указания студентам по освоению дисциплины, задание Рубежного контроля (ОРИОКС), методические указания по освоению внешнего электронного курса (ОРИОКС).

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426253> (дата обращения: 21.09.2020).
2. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 472 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13680-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466297> (дата обращения: 21.09.2020).
3. Коньшева М.В. Промышленный маркетинг : Учеб. пособие / М.В. Коньшева; М-во образования и науки РФ, Федеральное агентство по образованию, МИЭТ(ТУ); Под ред. Н.К. Моисеевой. - электрон. изд. - М. : МИЭТ, 2014. - 204 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. - 14-е изд. - СПб.: Питер, 2015. - 800 с. - ISBN 978-5-496-00177-9.

Периодические издания

1. Промышленный и b2b маркетинг / Издательский дом "Гребенников". - М.: Гребенников, 2008 -. - URL: <https://grebennikon.ru/journal-32.html> (дата обращения: 21.09.2020).
2. Маркетинг и маркетинговые исследования / Издательский дом "Гребенников". - М.: Гребенников, 1996-. - URL: <https://grebennikon.ru/journal-3.html> (дата обращения: 21.09.2020).
3. Практический маркетинг: научный журнал / Агентство Би Си Ай Маркетинг. - М.: Агентство Би Си Ай Маркетинг, 1997 -. - URL: <https://lib.rucont.ru/efd/178315/info> (дата обращения: 21.09.2020).
4. Экономические и социально-гуманитарные исследования [Текст]: Науч. журн. / Нац. исследоват. ун-т «МИЭТ» - М.: МИЭТ, 2014.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. КонсультантПлюс: справочная правовая система: сайт. – Москва, 1997 - . - URL: [http:// www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/) (дата обращения: 15.09.2020).
2. Электронно-библиотечная система Лань: сайт. - Санкт-Петербург, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 15.09.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей МИЭТ.
3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 15.09.2020).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе реализации обучения используется смешанное обучение, которое основано на интеграции технологий традиционного и электронного обучения, замещении части традиционных учебных форм занятий формами и видами взаимодействия в электронной образовательной среде.

Обучение может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Освоение образовательной программы обеспечивается ресурсами электронной информационно-образовательной среды ОРИОКС (<http://orioks.miet.ru>).

Применяются следующие модели обучения: традиционная модель, перевернутый класс.

Для взаимодействия студентов с преподавателем используются сервисы обратной связи: раздел ОРИОКС «Домашние задания», электронная почта, Skype.

В процессе обучения при проведении занятий и для самостоятельной работы используются внутренние электронные ресурсы в формах презентаций лекций, методических указаний студентам по освоению дисциплины, тестирования в ОРИОКС.

При проведении занятий и для самостоятельной работы используются внешние электронные ресурсы: сервис YouTube <https://youtu.be/43-5UmMezsc>.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office, браузер (Firefox или Internet Explorer или Google Chrome); Acrobat reader DC
Учебная аудитория	Доска	Не требуется

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МИЭТ	Операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus или Open Office, браузер (Firefox, Google Chrome); Acrobat reader DC

10. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ/ПОДКОМПЕТЕНЦИЙ

ФОС по подкомпетенции ПК-5.ПМ «Способен осуществлять маркетинговые исследования рынка промышленных товаров (рынка B2B) и формировать предложения по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга».

Фонд оценочных средств представлен отдельным документом и размещен в составе УМК дисциплины электронной информационной образовательной среды ОРИОКС, URL: <http://orioks.miet.ru/>.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Особенности организации процесса обучения

- 1-14 недели обучения проводятся по традиционной форме: лекции-визуализации, практические занятия в форме: семинар-диалог, кейс-метод, групповая дискуссия, ролевая игра. Текущий контроль проводится в виде электронного тестирования в удалённой форме (Тест 1-3, Рубежный контроль) и написания контрольных работ 1-3 на семинарах.

- 15-16 недели обучения проводятся по смешанной форме – перевёрнутый класс. Студентам высылаются необходимые материалы (ссылка на электронный ресурс, формулировка задания), которые необходимо изучить и выполнить в рамках СРС для проведения лекционного занятия. Лекция проводится в виде дискуссии с использованием выступления студентов, результатом чего является сформированный план и тезисы конспекта лекции по заданной теме.

На практическом занятии студенты представляют отчёт по внешнему электронному курсу и используют его для выполнения задания. Он оценивается отдельно.

11.2. Система контроля и оценивания

Для оценки успеваемости студентов по дисциплине используется накопительная балльная система.

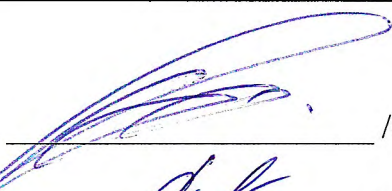
Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 100 баллов). По каждому мероприятию студент должен иметь не менее половины баллов от максимального балла. В противном случае он считается задолжником по освоению определённого модуля дисциплины и получает бонусное индивидуальное задание. По сумме баллов выставляется итоговая оценка по предмету.

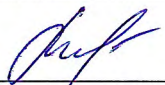
Структура и график контрольных мероприятий доступны в ОРИОКС, URL:
<http://orioks.miet.ru/>.

При выставлении итоговой оценки используется следующая шкала:

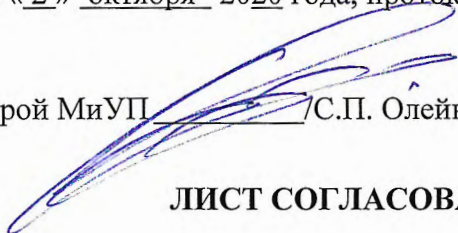
Сумма баллов	Оценка
Менее 50	Незачет
50 и более	Зачет

РАЗРАБОТЧИК:

Заведующий каф. МиУП, к.ф.-м.н.  /С.П. Олейник/

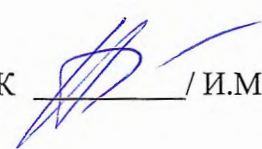
Ст.преподаватель кафедры МиУП  /Н.А. Андрианова/

Рабочая программа дисциплины «Промышленный маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленности (профилю) «Маркетинг и управление инновационными проектами» разработана на кафедре МиУП и утверждена на заседании кафедры « 2 » октября 2020 года, протокол № 2.

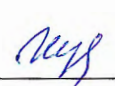
Заведующий кафедрой МиУП  /С.П. Олейник/

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа согласована с Центром подготовки к аккредитации и независимой оценки качества

Начальник АНОК  / И.М.Никулина /

Рабочая программа согласована с библиотекой МИЭТ

/ Директор библиотеки  / Т.П.Филиппова /