

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гаврилов Сергей Александрович
Должность: И.О. Ректор
Дата подписания: 30.04.2026 14:42:09
Уникальный программный ключ:
f17218015d82e3c1457d1df9e244def505047355

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

А.Г. Балашов

«04» декабря 2025 г.

М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг услуг в сфере высоких технологий»

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

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

Москва 2025

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина участвует в формировании следующих компетенций образовательных программ:

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) Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Трудовая функция (А/01.6) Подготовка к проведению маркетингового исследования

Трудовая функция (А/02.6) Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Подкомпетенции, формируемые в дисциплине	Задачи профессиональной деятельности	Индикаторы достижения подкомпетенций
ПК-5.МУ Способен формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга услуг, используя результаты исследования рынка	- формирование предложений по совершенствованию товарной и (или) ценовой политики, системы сбыта и продаж на внутреннем и (или) зарубежном рынках, по повышению конкурентоспособности продукции	Знания: основных теоретических понятий маркетинга в сфере услуг; процессов разработки комплекса маркетинга в сфере услуг. Умения: формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга услуг. Опыт деятельности в использовании результатов исследования рынка для совершенствования комплекса маркетинга услуг.

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 – требования к знаниям, умениям, компетенциям, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплин:

- базовые знания основ маркетинга и поведения потребителей;
- умения анализировать спрос и разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- опыт деятельности в области анализа спроса и разработки мероприятий по увеличению объемов продаж.

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)		
4	7	2	72	12	-	12	48	За

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ и наименование Модуля	Контактная работа				Формы текущего контроля
	Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	
1. Ключевые концепции и понятия маркетинга услуг	4	-	4	16	Защита результатов выполнения практико-ориентированных заданий 1, 2
2. Специфика комплекса маркетинга на рынке услуг в сфере высоких технологий	4	-	4	16	Защита результатов выполнения практико-ориентированных заданий 3,4
3. Управление процессом обслуживания	4	-	4	16	Защита результатов выполнения практико-ориентированного задания 5,6 Контрольная работа

4.1. Лекционные занятия

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1	1	2	Место сектора услуг в современной экономике. Различие между маркетингом услуг и маркетингом товаров. Эволюция сферы услуг. Особенности маркетинга услуг в сфере высокотехнологичных рынков и цифровой экономики.

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
	2	2	Классификация услуг в сфере информационных технологий. Услуга как процесс. Альтернативные способы предоставления услуги. Управление контактами в сервисном процессе. Постановка сервисного процесса. Анализ восприятия сервисного процесса со стороны пользователей и персонала в сфере высоких технологий.
2	3	2	Природа потребления услуг. Потребности и ожидания клиентов в высокотехнологичном секторе. Оценка потребителями эффективности обслуживания. Процесс приобретения услуги в высокотехнологичном секторе.
	4	2	Выбор целевых потребителей на высокотехнологичных рынках. Сегментирование и подходы к позиционированию услуг на высокотехнологичных рынках. Формирование портфеля клиентов. Построение долгосрочных партнерских взаимоотношений на рынке высокотехнологичных услуг.
3	5	2	Сущность процесса обслуживания, классификация сервисных процессов, различная степень участия клиентов в процессе обслуживания. Процесс обслуживания в теории сценариев и ролей С.Гроува и Р.Фиска, схема системы «театр услуг». Метод диаграммного проектирования Л.Шостак. Метод «точек соприкосновения». «Метод потребительского сценария». Метод реинжиниринга. Составление блок-схемы процесса обслуживания. Работа с жалобами потребителей и совершенствование сервисного процесса. Основные этапы планирования сервисного процесса. Составление структурных схем в сервисном процессе.
	6	2	Разработка инструментальных маркетинговых стратегий в сфере услуг в высокотехнологичном секторе. Стратегии ценообразования в сфере услуг. Формирование сервисной системы с учетом факторов места, киберпространства и времени. Сценарии предоставления услуг в сфере высоких технологий. Увеличение ценности услуги за счет повышения качества и производительности. Информирование потребителей и продвижение услуги на высокотехнологичные рынки.

4.2. Практические занятия

№ модуля дисциплины	№ практического занятия	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1	1	2	Практико-ориентированное задание 1. Социальная сущность услуг (разбор практических кейсов).
	2	2	Практико-ориентированное задание 2. Классификация услуг по разным признакам. Определение степени контактов производителей с клиентами.
2	3	2	Практико-ориентированное задание 3. Исследование рынка услуг в г. Зеленограде (практико-ориентированное задание). Определение тенденций на рынке услуг. Сегментация потребителей услуг по совокупности признаков. Определение типов и величины рисков, которым могут подвергнуться клиенты при получении услуг в сфере высоких технологий.
	4	2	Практико-ориентированное задание 4. Разработка рекомендаций по совершенствованию комплекса маркетинга услуг в сфере высоких технологий.
3	5	2	Практико-ориентированное задание 5. Разработка процесса обслуживания клиентов в сфере высоких технологий.
	6	2	Практико-ориентированное задание 6. Оценка конкурентоспособности услуг. Разработка сценария предоставления услуги. Определение уровня ожиданий потребителей в процессе оказания услуг на высокотехнологичных рынках.

4.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4.4. Самостоятельная работа студентов

№ модуля Дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
1	4	Ознакомление с журналами «Маркетинг в России и за рубежом» и «Практический маркетинг».
	6	Сбор информации для выполнения практико-ориентированных заданий №1,2.

№ модуля Дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
	6	Обработка информации и подготовка к защите практико-ориентированных заданий 1,2.
2	6	Работа с журналами для сбора статистического материала для выполнения практико-ориентированных заданий №3,4.
	6	Сбор информации для практико-ориентированных заданий №3,4.
	4	Обработка информации при подготовке к защите практико-ориентированных заданий №3,4.
3	4	Сбор информации для выполнения практико-ориентированных заданий №5,6.
	6	Обработка информации при подготовке к защите практико-ориентированных заданий №5,6.
	6	Подготовка к контрольной работе.

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/>):

Модули 1-3

- ✓ Методические указания студентам по освоению дисциплины.
- ✓ Методические указания студентам по выполнению практико-ориентированных заданий и контрольной работы.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие для вузов/ И. М. Лифиц. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2025. - 374 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/559557> (дата обращения: 25.10.2025). - ISBN 978-5-534-19468-0: 0-00. - Текст: электронный.
2. Чернышева, А. М. Брендинг: учебник для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - М.: Юрайт, 2025. - 420 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/book/bcode/560303> (дата обращения: 25.10.2025). - ISBN 978-5- 534-19453-1: 0-00. - Текст: электронный.
3. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова; И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2025. - 487 с. -

(Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/431801> (дата обращения: 25.10.2025). - ISBN 978-5-534-15789- 4; 0-00. - Текст: электронный.

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов/ С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, Д. В. Климов [и др.]; С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитарян. - М.: Юрайт, 2025. - 396 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/561097> (дата обращения: 25.10.2025). - ISBN 534-14869-5. - Текст: электронный.

Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом URL: <http://www.mavriz.ru/> (дата обращения: 27.10.2025).

2. Практический маркетинг URL: <http://www.bci-marketing.ru/> (дата обращения: 27.10.2025).

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. КонсультантПлюс: справочная правовая система: сайт. – Москва, 1997 - . - URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 27.10.2025).

2. Электронно-библиотечная система Лань: сайт. - Санкт-Петербург, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 27.10.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей МИЭТ.

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 27.10.2025).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В данной дисциплине используется смешанное обучение. Применяется расширенная виртуальная модель обучения, предполагающая обязательное присутствие студентов на очных учебных занятиях и самостоятельное выполнение индивидуальных практико-ориентированных заданий с проверкой, обсуждением, доработкой и подведением итогов как на очных учебных занятиях, так с использованием онлайн-ресурсов и сервисов. Для взаимодействия студентов с преподавателем используются сервисы обратной связи: сервис электронной информационно-образовательной среды ОРИОКС «Домашние задания», электронная почта, сервисы видеоконференцсвязи. В сервисе обратной связи ОРИОКС «Домашние задания» обучающиеся выкладывают на проверку выполненные индивидуальные практико-ориентированные задания, а также могут задать уточняющие вопросы преподавателю.

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

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
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	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.МУ** «Способен формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга услуг, используя результаты исследования рынка».

Фонд оценочных средств представлен отдельными документами 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

Посещение лекций и семинаров обязательно. Дополнительной формой контактной работы являются консультации. Консультации проводятся лектором и преподавателем, ведущим семинарские занятия, еженедельно.

В процессе чтения лекций применяются презентации, содержащие различные виды информации: текстовые, графические и видео.

Помимо индивидуальной и групповой работы на практических занятиях, студенты выполняют практико-ориентированные задания (на практических занятиях и в рамках СРС), предоставляют отчет и презентацию по их результатам.

Результаты заданий СРС публично представляются на практических занятиях.

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).

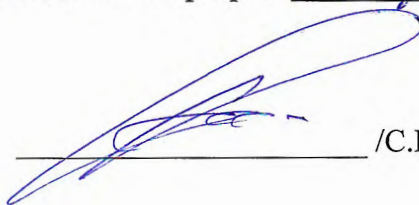
По сумме баллов выставляется итоговая оценка по дисциплине. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент кафедры МиУП, к.э.н, доцент  /А.В. Торгашова/

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг услуг в сфере высоких технологий» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг и управление инновационными проектами» разработана на кафедре «Маркетинг и управление проектами» и утверждена на заседании кафедры 21 ноября 2025 года, протокол № 5

Заведующий кафедрой МиУП

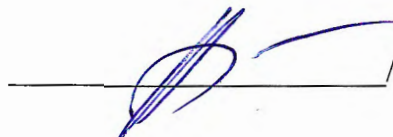


/С.П. Олейник/

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 /