

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Основы маркетинга
(наименование дисциплины, модуля)

направление подготовки (специальность):

38.03.10 Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура
(шифр и наименование направления бакалавриата, магистратуры, специальности)

Направленность программы (профиль, специализация):

Управление жилищным фондом и многоквартирными домами
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Квалификация (степень)

бакалавр
(бакалавр, магистр, специалист)

Форма обучения

очная
(очная, заочная и др.)

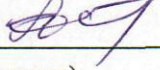
Институт экономики и менеджмента

Кафедра: маркетинга

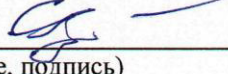
Белгород – 2017

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.10 Жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура (уровень бакалавриата), утвержден приказом Министерства образования и науки российской Федерации от 14 декабря 2015 г. № 1459.
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2017 году.

Составитель (составители): к.э.н., доцент  (М.В. Дадалова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

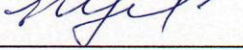
Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой менеджмента и внешнеэкономической деятельности
(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой: д.э.н. проф.  (С.В. Куприянов)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

« 18 » июня 2017 г.

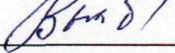
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга

« 18 » июня 2017 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой: д.э.н., проф.  (Е.Д. Щетинина)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

« 20 » июня 2017 г., протокол № 10

Председатель к.э.н., проф.  (В.В. Выборнова)
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
Профессиональные			
1	ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: способы нахождения организационно-управленческих решений, оценки результатов и последствий принятого управленческого решения и готовность нести ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p> <p>Уметь: находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения</p> <p>Владеть: способностью находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p>
2	ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: специфику делового общения и публичных выступлений, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p> <p>Уметь: осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p> <p>Владеть: способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации</p>
3	ПК-4	Способность к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия и организаций сферы жилищного и коммунального хозяйства в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен</p> <p>Знать: основы планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятий и организаций сферы жилищного и коммунального хозяйства в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей</p> <p>Уметь: планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия и организаций сферы жилищного и коммунального хозяйства, в том числе с учетом социальной политики государства</p> <p>Владеть: навыками планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия и организаций сферы жилищного</p>

	социальной политики государства	и коммунального хозяйства в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей
--	---------------------------------	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Базовые информационно-коммуникационные технологии
2	Экономическая теория
3	

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Менеджмент
2	Основы экономики организаций ЖКХ
3	

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часа.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 2
Общая трудоемкость дисциплины, час	144	144
Аудиторные занятия, в т.ч.:	51	51
лекции	17	17
лабораторные		
практические	34	34
Самостоятельная работа студентов, в том числе:	93	93
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графич. задания	18	18
Индивидуальное домашнее задание		
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>		
Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	36	36

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 1 Семестр 2

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1. Социальные основы маркетинговой деятельности в сфере услуг ЖКХ					
	1. Социальные основы маркетинговой деятельности	2	4		4
	2. Методы и направления маркетинговых исследований	2	4		5
	3. Изучение экономической конъюнктуры	2	4		5
2. Управление конкурентоспособностью предприятия ЖКХ					
	1. Маркетинг в сфере услуг ЖКХ	2	4		5
	2. Анализ конкуренции на рынке ЖКХ	2	4		5
3. Социально-ориентированный маркетинг в управлении предприятиями ЖКХ					
	1. Стратегическое планирование маркетинга	2	4		5
	2. Коммуникационная политика организации ЖКХ	2	4		5
	3. Управление маркетингом на предприятиях ЖКХ	3	6		5
	Всего	17	34		39

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № <u>2</u>				
1	Социальные основы маркетинговой деятельности в сфере услуг ЖКХ	Социальные основы маркетинговой деятельности	4	4
2		Методы и направления маркетинговых исследований	4	5
3		Изучение экономической конъюнктуры	4	5
4	Управление конкурентоспособностью предприятия ЖКХ	Маркетинг в сфере услуг ЖКХ	4	5
5		Анализ конкуренции на рынке ЖКХ	4	5
6	Социально-ориентированный маркетинг в управлении предприятиями ЖКХ	Стратегическое планирование маркетинга	4	5
7		Коммуникационная политика организации ЖКХ	4	5
8		Управление маркетингом на предприятиях ЖКХ	6	5
ИТОГО:			34	39

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Социальные основы маркетинговой деятельности в сфере услуг ЖКХ	<p>Содержание и основные элементы маркетинговой деятельности</p> <p>Причины появления и основные этапы развития маркетинговой деятельности в России и в мире</p> <p>Цели и задачи маркетинга. Основные категории маркетинга</p> <p>Характеристика функций маркетинговой деятельности</p> <p>Основные принципы маркетинговой деятельности</p> <p>Виды маркетинга и их характеристика</p> <p>Понятие и структура маркетинговой среды фирмы</p> <p>Маркетинговое исследование: цели, структура, этапы проведения</p> <p>Методы маркетингового исследования (методы сбора информации, методы анализа и прогнозирования)</p> <p>Классификация маркетинговой информации</p> <p>Экономическая конъюнктура и факторы, ее формирующие</p> <p>Классификация рынка с точки зрения маркетинга.</p> <p>Особенности рынка в сфере услуг</p> <p>Показатели общехозяйственной конъюнктуры, их группировка и оценка</p> <p>Показатели рыночной конъюнктуры, их группировка и оценка</p>
2	Управление конкурентоспособностью предприятия ЖКХ	<p>Изучение конкурентов, факторы конкуренции</p> <p>Оценка конкурентной структуры рынка и конкурентных позиций предприятий</p> <p>Направления оценки конкурентоспособности предприятий</p> <p>Конкурентоспособность услуг и их оценка</p> <p>Спрос и его характеристики. Эластичность спроса и ее оценка</p> <p>Изучение потребителей, типы покупательского поведения и их характеристика</p> <p>Принципы сегментирования рынка</p> <p>Выбор целевого рынка, методы охвата рынка</p> <p>Способы позиционирования услуг на рынке</p>
3	Социально-ориентированный маркетинг в управлении предприятий ЖКХ	<p>Маркетинговая стратегия: понятие стратегии и порядок ее разработки</p> <p>Матричные методы определения стратегического потенциала бизнеса</p> <p>Сущность SWOT-анализа</p> <p>Виды маркетинговых стратегий и их особенности</p> <p>Маркетинговые коммуникации и их организация</p> <p>Реклама, ее виды, характеристики и этапы разработки</p> <p>Имидж фирмы и формирование общественного мнения</p> <p>Персональная (личная) продажа как форма маркетинговых коммуникаций</p> <p>Методы стимулирования сбыта услуг</p>

5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем – не предусмотрены учебным планом

Перечень расчетно-графических заданий – РГЗ. Исследование рынка ЖКХ. Цель исследования – закрепление, систематизация и углубление знаний, приобретенных в процессе изучения дисциплины. Объем РГЗ составляет 20-25 страниц.

5.3. Перечень контрольных работ – не предусмотрены учебным планом

6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

6.1. Перечень основной литературы

1. Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики : учеб. / В. И. Беляев. - Изд. 2-е, стер. - М. : Кнорус, 2007. - 669 с. - ISBN 5-85971-617-6.
2. Бронникова, Т. С. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. / ред. В. А. Алексунин. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2007. - 714 с. - ISBN 5-91131-357-X.
3. Кеворков, В. В. Практикум по маркетингу : учеб. пособие / В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков. - 2-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2007. - 416 с. - ISBN 5-85971-702-4.
4. Маркетинг : учеб. / ред. Т. Н. Парамонова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : КНОРУС, 2007. - 360 с. - ISBN 5-85971-572-5.

6.2. Перечень дополнительной литературы

1. Маркетинг: теория, методика, практика : учеб. пособие / Т. С. Бронникова. - М. : КНОРУС, 2007. - 208 с. - ISBN 5-85971-607-9.
2. Магомедов, Ш. Ш. Маркетинговые исследования товаров и услуг : учеб. пособие / Ш. Ш. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2007. - 293 с. - ISBN 5-91131-234-4.
3. Основы маркетинга : метод. указания к выполнению курсовых работ для студентов специальности 080111 / БГТУ им. В. Г. Шухова , каф. маркетинга ; сост.: Е. Д. Щетинина, М. С. Стариков. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2008. - 20 с.
4. Хлебович, Д. И. Сфера услуг : маркетинг : учеб. пособие / Д. И. Хлебович. - М. : КНОРУС, 2007. - 235 с. - ISBN 5-85971-225-1.

6.3. Перечень интернет ресурсов

1. Энциклопедия маркетинга: <http://www.marketing.cfin.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Znanium.com»: <http://znanium.com>.
3. Электронно-библиотечная система «КнигаФонд»: <http://www.knigafund.ru>.
4. Научная электронная библиотека (НЭБ): <http://elibrary.ru>.
5. БД российских научных журналов на Elibrary.ru (РУНЭБ):
http://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp
6. БД российских журналов East View : <http://dlib.eastview.com>
7. Базы данных компании EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com/>
8. Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании": <http://www.ict.edu.ru>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Учебные аудитории, оснащенные современным учебно-научным оборудованием и стендами, позволяющими изучать процессы и явления в соответствии с образовательной программой.

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений
Рабочая программа без изменений утверждена на 2018 /2019 учебный год.
Протокол № 10 заседания кафедры от «14» июня 2018 г.


Заведующий кафедрой _____  _____ Е.Д. Щетина
подпись, ФИО


Директор института _____  _____ Ю.А. Дорошенко
подпись, ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа без изменений утверждена на 2019/2020 учебный год.

Протокол № 10 заседания кафедры от «11» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой  Е.Д. Щетинина
подпись ФИО

Директор института  Ю.А. Дорошенко
подпись ФИО

8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2020/2021 учебный год.

Протокол № 9 заседания кафедры от «28» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой _____  (Щетинина Е.Д.)

Директор института _____  (Дорошенко Ю.А.)