

Рубцовский индустриальный институт (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
«Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»

## СОГЛАСОВАНО

И.о. декана ТФ  
Казанцева

Ю.В.

## Рабочая программа дисциплины

Код и наименование дисциплины: **Б1.В.ДВ.3.2 «Промышленный маркетинг»**

Код и наименование направления подготовки (специальности): **38.03.02**

**Менеджмент**

Направленность (профиль, специализация): **Производственный менеджмент**

Статус дисциплины: **элективные дисциплины (модули)**

Форма обучения: **очно - заочная**

Статус	Должность	И.О. Фамилия
Разработал	доцент	В.В. Углинская
Согласовал	Зав. кафедрой «ЭиУ»	Д.В. Ремизов
	руководитель направленности (профиля) программы	Д.В. Ремизов

г. Рубцовск

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор	Содержание индикатора
ПК-6	Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	ПК-6.1	Демонстрирует знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции
		ПК-6.2	Разрабатывает товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплины (практики), предшествующие изучению дисциплины, результаты освоения которых необходимы для освоения данной дисциплины.	Маркетинг, Теория менеджмента, Экономическая теория
Дисциплины (практики), для которых результаты освоения данной дисциплины будут необходимы, как входные знания, умения и владения для их изучения.	Промышленные инновации, Технологии анализа рынка, Управление продажами промышленной продукции

**3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося**

Общий объем дисциплины в з.е. /час: 4 / 144

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Форма обучения	Виды занятий, их трудоемкость (час.)				Объем контактной работы обучающегося с преподавателем (час)
	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа	
очно - заочная	16	0	16	112	49

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**Форма обучения: очно - заочная**

**Семестр: 8**

## **Лекционные занятия (16ч.)**

- 1. Концепция промышленного маркетинга {дискуссия} (2ч.)[1,2,3,5,7]** Понятие и сущность промышленного маркетинга, его цели, принципы и функции. Концепции маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции.
- 2. Управление маркетинговой деятельностью рынка промышленной продукции {дискуссия} (2ч.)[1,2,5,6]** Анализ и оценка новых рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Организация маркетинговой деятельности. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции.
- 3. Промышленная среда маркетинга {дискуссия} (2ч.)[1,2,3,4,5]** Основные факторы микросреды. Основные факторы макросреды и методики анализа рынка промышленной продукции.
- 4. Поведение потребителей на промышленном рынке {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[1,5,6,7]** Модель поведения покупателей. Характеристики покупателей и методик анализа рынка промышленной продукции. Процесс принятия решения о покупке. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.
- 5. Маркетинговые исследования промышленных рынков {лекция с разбором конкретных ситуаций} (2ч.)[1,2,3,4]** Методика маркетинговых исследований и методика анализа промышленных рынков. SWOT-Анализ фирмы.
- 6. Сегментирование промышленного рынка и позиционирование промышленных товаров на рынке {дискуссия} (2ч.)[1,2,3,7]** Развитие концепций маркетинга. Сегментирование рынка промышленной продукции с целью выявления новых рыночных возможностей. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование промышленного товара на рынке.
- 7. Товарная политика в промышленном маркетинге {дискуссия} (1ч.)[3,4,5,7]** Классификация товаров по назначению, срокам и характеру изготовления и потребления. Особенности маркетинговой деятельности применительно к продукции производственного назначения. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Жизненный цикл товара. Его виды. Цели и виды маркетинговой деятельности с учетом жизненного цикла товара. Оценка новых рыночных возможностей.
- 8. Маркетинговые коммуникации в промышленной среде {дискуссия} (1ч.) [1,2,8,9]** Стратегии и методы маркетинговой коммуникации в промышленной среде. Комплекс стимулирования. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования и оценка новых рыночных возможностей.
- 9. Распределение товаров промышленного назначения и товародвижение {дискуссия} (1ч.)[1,2,5,7]** Каналы распределения товаров промышленного назначения. Структура и управление каналами распределения. Товародвижение. Ценовая и сбытовая политика предприятия.
- 10. Реклама, пропаганда в промышленной среде {дискуссия} (1ч.)[1,2,6,7]**

Реклама. Разработка бюджета рекламы. Рекламное обращение. Основные средства стимулирования потребителей. Пропаганда. Оценка результатов пропагандистской деятельности и новых рыночных возможностей.

### **Практические занятия (16ч.)**

**1. Концепция промышленного маркетинга {беседа} (2ч.)[1,3,5,7]** 1.Понятие и сущность промышленного маркетинга, его цели, принципы и функции. 2.Концепции маркетинга. 3. Цели маркетинговой деятельности. 4. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции

**2. Управление маркетинговой деятельностью рынка промышленной продукции {беседа} (2ч.)[1,2,5,6]** 1.Анализ и оценка новых рыночных возможностей. 2. Отбор целевых рынков. 3. Разработка комплекса маркетинга. 4. Организация маркетинговой деятельности

**3. Промышленная среда маркетинга {беседа} (2ч.)[1,2,8,9]** 1.Основные факторы микросреды. 2. Основные факторы макросреды и методики анализа рынка. 3. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции

**4. Поведение потребителей на промышленном рынке {дискуссия} (2ч.)[1,2]** 1. Модель поведения покупателей. 2. Характеристики покупателей и методик анализа рынка. 3.Процесс принятия решения о покупке. 4. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.

**5. Маркетинговые исследования промышленных рынков {беседа} (2ч.)[1,2]** 1.Методика маркетинговых исследований и методика анализа промышленного рынка. 2. SWOT-Анализ фирмы.

**6. Сегментирование промышленного рынка и позиционирование промышленных товаров на рынке {беседа} (2ч.)[1,2]** 1. Развитие концепций промышленного маркетинга. 2. Сегментирование промышленного рынка с целью выявления новых рыночных возможностей. 3.Выбор целевых сегментов рынка. 4. Позиционирование промышленных товаров на рынке.

**7. Товарная политика в промышленном маркетинге {беседа} (1ч.)[1,2]** 1. Классификация товаров по назначению, срокам и характеру изготовления и потребления. 2. Особенности маркетинговой деятельности применительно к продукции производственного назначения. 3. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. 4. Жизненный цикл товара. Его виды. 5. Цели и виды маркетинговой деятельности с учетом жизненного цикла товара. 6. Оценка новых рыночных возможностей.

**8. Маркетинговые коммуникации в промышленной среде {дискуссия} (1ч.) [1,2]** 1.Стратегии и методы маркетинговой коммуникации. 2.Комплекс стимулирования. 3.Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования и оценка новых рыночных возможностей.

**9. Распределение товаров промышленного назначения и товародвижение {дискуссия} (1ч.)[1,2,5,7]** 1.Каналы распределения товаров промышленного назначения. 2. Структура и управление каналами распределения. 3.Товародвижение. 4. Ценовая и сбытовая политика предприятия.

**10. Реклама, пропаганда в промышленной среде {дискуссия} (1ч.)[1,2,6,7]**  
1.Реклама. Разработка бюджета рекламы. 2.Рекламное обращение. 3. Основные средства стимулирования потребителей промышленной продукции. 4. Пропаганда. 5. Оценка результатов пропагандистской деятельности и новых рыночных возможностей.

**Самостоятельная работа (112ч.)**

**1. Самостоятельное дополнительное изучение литературы по темам лекций(40ч.)[1,3,4,5,6,7]**

**2. Подготовка к опросам(30ч.)[1,2,3,4,5,6,7,8,9]**

**3. Подготовка к зачету(42ч.)[1,2,8,9]**

**5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Для каждого обучающегося обеспечен индивидуальный неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде АлтГТУ:

1. Углинская, В.В. Маркетинг: учебное пособие для студентов дневной и заочной форм обучения экономических направлений подготовки /В.В. Углинская; Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск: РИИ, 2020. – 140 с. URL: [https://edu.rubinst.ru/resources/books/Uglinskaya\\_V.V.\\_Marketing\\_UP\\_2020.pdf](https://edu.rubinst.ru/resources/books/Uglinskaya_V.V._Marketing_UP_2020.pdf) (дата обращения 30.08.2021)

2. Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины "Промышленный маркетинг" / О.В. Асканова, Д.В. Ремизов, А.В. Сорокин, В.В. Углинская, Е.В. Дирша, И.В. Чугунова, О.А. Чиркова. – Рубцовск: РИИ, 2020.- 9с. URL: [https://edu.rubinst.ru/resources/books/MR\\_po\\_distipline\\_\\_PROMYShLENNYY\\_MARKETING.pdf](https://edu.rubinst.ru/resources/books/MR_po_distipline__PROMYShLENNYY_MARKETING.pdf) (дата обращения 01.12.2021)

**6. Перечень учебной литературы**

**6.1. Основная литература**

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314> (дата обращения: 22.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.

4. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 258 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684212> (дата обращения: 22.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04233-1. – Текст : электронный.

## 6.2. Дополнительная литература

5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева, Т. Л. Дашкова [и др.] ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786> (дата обращения: 22.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.

6. Выборов, С. С. Маркетинг технологического оборудования : учебное пособие : [16+] / С. С. Выборов, Р. У. Каменов ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. – 88 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683297> (дата обращения: 22.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8149-2828-3. – Текст : электронный.

7. Романов, А. А. Маркетинг : учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 440 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621688> (дата обращения: 22.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04234-8. – Текст : электронный.

### **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

8. <http://www.marketing.spb.ru> (Энциклопедия маркетинга)

9. [www.mavriz.ru](http://www.mavriz.ru) (Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»)

### **8. Фонд оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

### **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№пп	Используемое программное обеспечение
1	LibreOffice
2	Windows

3	Антивирус Kaspersky
---	---------------------

<b>№пп</b>	<b>Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы</b>
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы ( <a href="http://Window.edu.ru">http://Window.edu.ru</a> )
2	Национальная электронная библиотека (НЭБ) — свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. ( <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> )

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
учебные аудитории для проведения учебных занятий
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».