

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Екатеринбургский государственный театральный институт»



«Утверждаю»

Ректор ЕГТИ

доцент, к. культурологии,

А.А. Глуханюк

« 30 » *июня* 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы маркетинга

Специальность *Продюсерство*

Специализация: *Продюсер исполнительских искусств*

Уровень образования: **специалист**

Форма обучения: *заочная*

Екатеринбург
2017

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составитель: кандидат экономических наук, доцент кафедры продюсерства, теории и практики исполнительских искусств Балакина Юлия Юрьевна

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры продюсерства, теории и практики исполнительских искусств (протокол № 5 от «05» мая 2017 г.)

Заведующий кафедрой  (А.Ф. Бадаев)

1. Общая характеристика дисциплины «Основы маркетинга»

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования: по специальности 55.05.04 Продюсерство (уровень специалитета), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2016 г., №.1157

55.05.04 Продюсерство	приказ Министерства образования и науки РФ	№ 1157 от 12.09.2016
-----------------------	--	----------------------

1.1. Аннотация содержания дисциплины.

Дисциплина «Основы маркетинга» в учебном плане входит в основную часть обязательных дисциплин. Полученные в процессе изучения дисциплины теоретические и практические знания будут способствовать формированию высококвалифицированного и эрудированного специалиста в продюсерства.

Планируемые результаты освоения дисциплины

Результатом освоения дисциплины является формирование у студента следующих компетенций:

ПК-5 – владение знаниями основ управления, организации и экономики в сфере культуры, предпринимательства и маркетинга

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные теоретические понятия маркетинга;
- маркетинговые стратегии предприятий;
- технологии выбора целевого рынка;
- методику маркетинговых исследований;
- процессы разработки комплекса маркетинга;
- систему предоставления услуг;
- пути согласования спроса и предложения услуг;

Уметь:

- анализировать маркетинговую среду бизнеса;
- разрабатывать маркетинговые стратегии для предприятий;
- проводить маркетинговые исследования;
- принимать решения по комплексу производства услуг, ценообразованию, распределению и коммуникациям ;
- оценивать качество услуг;
- определять покупательские риски в сфере услуг;
- разрабатывать стандарт обслуживания.

Демонстрировать навыки и опыт деятельности:

- владеть навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;
- использовать теоретические знания и практические навыки, полученные при изучении дисциплины «Основы маркетинга», для решения соответствующих профессиональных задач в области бизнеса.

1.2. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 2 зачетные единицы, 216 академических часа,

распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Заочная форма обучения: (специальность Продюсерство)

Виды учебной работы, формы контроля	Всего часов	Учебные семестры, номер		
		5	6	
Контактные занятия	16	8	8	
Лекции				
Практические занятия	16	8	8	
Лабораторные работы				
Самостоятельная работа студентов, включая все виды текущей аттестации	200	100	100	
Промежуточная аттестация		Зачет	Экзамен	
Общий объем по учебному плану, час.		216		
Общий объем по учебному плану, з.е.		6		

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Тема 1	Современная концепция маркетинга услуг	Основные подходы к характеристике сферы услуг. История становления маркетинга услуг. Методологические особенности маркетинга услуг. Сущность маркетинга услуг. Виды маркетинга и комплекс маркетинга для сферы услуг. Главные характеристики услуги как важнейшие причины становления маркетинга услуг. Основные подходы к классификациям услуги. Понятия услуги. Тенденции и перспективы развития услуг.
Тема 2	Покупательское поведения и покупательские риски в индустрии сервиса	Основные вопросы покупательского поведения. Модель покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке и его разновидности. Причины и типы покупательских рисков и индустрии сервиса. Характеристики услуги – главные факторы появления покупательских рисков. Меры по снижению покупательских рисков.
Тема 3	Качество в индустрии услуг и стандарты обслуживания	Понятие качества и сущность проблемы качества в сфере услуг. Изменчивость услуги как основная проблема обеспечения постоянства качества. Модели качества услуг. Подходы к оценке качества услуги. Способы повышения качества услуги. Стандарт обслуживания и процедура его разработки.
Тема 4	Процесс предоставления услуги	Понятия о процессе предоставления услуги. Методы разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца. Точки контакта с клиентом.
Тема 5	Цена и ценообразование на услуги	Цена в комплексе маркетинга предприятия сферы услуг. Расчет цены на услугу. Методы ценообразования. Ценовые акции.

		Модификация цен.
Тема 6	Каналы распределения услуг	Понятие распределения в маркетинге услуг. Рыночные посредники в индустрии сервиса. Природа каналов распределения услуг. Методы и каналы сбыта. Выбор системы сбыта.
Тема 7	Продвижение в комплексе маркетинга сферы услуг	Осуществление коммуникаций на рынке услуг. Реклама услуг. Связи с общественностью и их значение в сфере услуг. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций.
Тема 8	Внутренний маркетинг в организациях сферы услуг	Сущность и особенность внутреннего маркетинга. Цель и причины формирования внутреннего маркетинга. Персонал фирмы как главный компонент концепции внутреннего маркетинга. Процесс внутреннего маркетинга. Бизнес-план компании.

3.1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

Распределение аудиторной нагрузки и мероприятий самостоятельной работы по разделам дисциплины

Заочная форма обучения
Объем дисциплины: 216

Раздел дисциплины	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), (всего, часов)						Самостоятельная работа (всего, часов)				Виды контроля (всего, единиц)			Формируемые компетенции (с указанием кодов)
	Аудиторная работа, в том числе:						Всего	Подготовка к лекционным занятиям	Подготовка к практическим занятиям	Контрольная работа	Реферат	Эссе, творческая работа		
	Всего	лекции	Семинары, практические занятия	Индивид. занятия	Занятия в интеракт. форме	Занятия в интеракт. форме								
Тема 1	2		2				20		20					ПК-5
Тема 2	2		2				20		20					ПК-5
Тема 3	2		2				20		20					ПК-5
Тема 4	2		2				20		20					ПК-5
Тема 5	2		2				22		22					ПК-5
Тема 6	2		2				20		20					ПК-5
Тема 7	2		2				20		20					ПК-5
Тема 8	2		2				48		48					ПК-5
ИТОГО часов по дисциплине	16		16				200		200					
	216		16				200		200					

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

а. Лабораторные работы
Не предусмотрено

б. Практические занятия

Код раздела, темы	Номер занятия	Тема занятия	Время на проведение занятия (час.)
Тема 1	1	Основные подходы к характеристике сферы услуг. История становления маркетинга услуг.	2
Тема 2	2	Модель покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке и его разновидности	2
Тема 3	3	Подходы к оценке качества услуги. Способы повышения качества услуги. Стандарт обслуживания и процедура его разработки.	2
Тема 4	4	Методы разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца.	2
Тема 5	5	Расчет цены на услугу. Методы ценообразования.	2
Тема 6	6	Природа каналов распределения услуг. Методы и каналы сбыта. Выбор системы сбыта.	2
Тема 7	7	Реклама услуг. Связи с общественностью и их значение в сфере услуг.	2
Тема 8	8	Бизнес-план компании.	2

Всего: 16

Примерная тематика самостоятельной работы

1.1 Примерный перечень тем домашних работ

Не предусмотрено

1.2 Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

Не предусмотрено

1.3 Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено

1.4 Примерная тематика коллоквиумов

Не предусмотрено

4. СООТНОШЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРИМЕНЯЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения					Дистанционные образовательные технологии и электронное обучение					
	Проектная работа	Кейс-анализ	Деловые игры	Проблемное обучение	Командная работа	Другие (указать, какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные web-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента
Тема 1				*							
Тема 2				*							
Тема 3				*	*						
Тема 4					*						
Тема 5		*			*						
Тема 6		*									
Тема 7		*									
Тема 8		*									

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1.Рекомендуемая литература

6.1.1.Основная литература

- Анохина Н.Н.* Маркетинг предприятия: ответы на экзаменационные вопросы. – Минск, 2007
- Беляев В.И.* Маркетинг: основы теории и практики. Учебник. – М., 2005
- Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х.* Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд./ Под общ.ред. Г.Л.Багиева. – СПб.:Питер, 2006. – 73 с.
- Котлер Ф.* Основы маркетинга/ Пер. с англ. М.: Вильямс, 2016
- Голубков Е.* Основы маркетинга: Учебник для вузов. 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательство «Финпресс», 2008. – 704с.
- Дашкова, Т. Л.* Маркетинг в туристическом бизнесе / Т. Л. Дашкова - М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2011. - 71с.

6.1.2.Дополнительная литература

- Михайлова Е.А.* Основы бенчмаркетинга. М.: ЮристЪ, 2002
- Румянцев, Франкель:* Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. М.: Издательство «Питер», 2017

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения об оснащенности дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием

Лекционный класс, рабочее место преподавателя, рабочее место студента, мультимедийный проектор.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контроль уровня знаний является формой управления результативностью процесса образования. Контроль уровня знаний по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля и промежуточной аттестации (зачета).

Система текущего контроля включает:

1. контроль работы студентов на лекционных занятиях;
2. контроль участия в совместной работе группы;
3. контроль выполнения индивидуальных заданий;
4. контроль выполнения студентами заданий для самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация осуществляется в виде зачета, который проводится в устной либо письменной форме.

Задачи промежуточной аттестации:

1. определить общий уровень основных знаний по предмету;
2. определить уровень основных знаний по каждой теме курса;
3. объективизировать результат контроля, минимизировать возможную субъективность преподавателя.

Критерии оценивания результатов контрольно-оценочных мероприятий текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

При определении критерия выставления оценки принимаются во внимание объем, глубина знаний, доказательность и аргументированность ответа, а также общий кругозор студента.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные и глубокие знания предмета, знакомому как с основной, так и с дополнительной литературой, рекомендованной для освоения курса.

Оценка «незачтено» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки при ответе на вопросы.

При выставлении итоговой оценки по дисциплине учитывается глубина демонстрируемых студентом знаний и уровень освоения пройденного материала.

Система критериев оценивания при проведении промежуточной аттестации опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, высокий.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	высокий
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их

	различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Личностные качества	Студент имеет низкую мотивацию учебной деятельности, проявляет безразличное, безответственное отношение к учебе, порученному делу	Студент имеет выраженную мотивацию учебной деятельности, демонстрирует позитивное отношение к обучению и будущей трудовой деятельности, проявляет активность.	Студент имеет развитую мотивацию учебной и трудовой деятельности, проявляет настойчивость и увлеченность, трудолюбие, самостоятельность, творческий подход.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№	Код формируемой компетенции и ее содержание	Этапы (семестры) формирования компетенции в процессе освоения ООП		
		Очная форма обучения	Заочная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
1	<i>Владение знаниями основ управления, организации и экономики в сфере культуры, предпринимательства и маркетинга (ПК-5)</i>		5,6	

Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Понимание смысла компетенции	<p>Имеет базовые общие знания в рамках диапазона выделенных задач</p> <p>Понимает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию.</p> <p>Имеет фактические и теоретические знания в пределах области исследования с пониманием границ применимости</p>	<p>Базовый уровень</p> <p>Средний уровень</p> <p>Продвинутый уровень</p>
Освоение компетенции в рамках изучения дисциплины	<p>Наличие основных умений, требуемых для выполнения простых задач. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной (выделенной) задаче</p> <p>Имеет диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию.</p> <p>Имеет широкий диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем. Способен выявлять проблемы и умеет находить способы решения, применяя современные методы и технологии.</p>	<p>Базовый уровень</p> <p>Средний уровень</p> <p>Продвинутый уровень</p>
Способность применять на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины	<p>Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания к решению конкретных задач.</p> <p>Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, приспособливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы</p> <p>Способен контролировать работу, проводить оценку, совершенствовать действия работы. Умеет выбрать эффективный прием решения задач по возникающим проблемам.</p>	<p>Базовый уровень</p> <p>Средний уровень</p> <p>Продвинутый уровень</p>

Шкалы оценки для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Устный опрос/собеседование:

- **высокий уровень** имеет место, когда ответ данный студентом показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. В этом случае ставится оценка «Отлично».

- **средний уровень** имеет место, когда ответ данный студентом показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой

раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе. В этом случае ставится оценка «Хорошо».

• **базовый уровень** имеет место когда ответ данный студентом показывает свидетельствует в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа. В этом случае ставится оценка «Удовлетворительно».

Если ответ данный студентом обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. В этом случае ставится оценка «Неудовлетворительно» и компетенции считаются неосвоенными.

СБОРНИК ЗАДАНИЙ, ТЕСТОВ, ПРИМЕРОВ, УПРАЖНЕНИЙ

Перечень примерных вопросов для зачета:

1. Характеристика сферы услуг.
2. Предпосылки и становление маркетинга услуг как самостоятельной научной дисциплины.
3. Основные этапы становления концепции маркетинга услуг.
4. Методологические особенности маркетинга услуг.
5. Сущность маркетинга услуг.
6. Виды маркетинга и комплекс маркетинга для сферы услуг.
7. Главные характеристики услуги.
8. Основные подходы к классификациям услуг.
9. Модель Д. Ратмела.
10. Модель П. Эйглие и Е. Ланггарда.
11. Модель К. Гренрооса.
12. Модель М. Битнер «7Р».
13. Треугольная модель Ф. Котлера.
14. Основные решающие мотивы при покупке услуг.
15. Процесс принятия решения о покупке.
16. Типы покупательских рисков в индустрии сервиса.
17. Меры по снижению покупательских рисков.
18. Основные понятия качества услуги.
19. Модели качества услуги.
20. Стандарт обслуживания и процедура его разработки.
21. Метод потребительского сценария.
22. Сенсорные каналы восприятия материальной среды.
23. Цена в комплексе маркетинга предприятия сферы услуг.
24. Факторы, оказывающие воздействие на степень чувствительности к цене.
25. Основные подходы к установлению цен.
26. Особенности распределения услуг.
27. Методы и каналы сбыта.
28. Реклама услуг
29. Связи с общественностью и их значение в сфере услуг.
30. Персонал фирмы как главный компонент концепции внутреннего маркетинга.