

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины
Б1.В.ДВ.2.1 «СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА
И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКТОВ»

для направления подготовки

38.03.02 "Менеджмент"
по профилю "Маркетинг в цифровой среде"

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург
2025

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 05.2 от 14 января 2025 г.

И.о. зав. кафедрой

«Менеджмент и маркетинг»

14 января 2025 г.

_____ *Е.М. Еришов*

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО

14 января 2025 г.

_____ *Е.М. Еришов*

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Сегментация рынка и конкурентоспособность продуктов» (Б1.В.ДВ.2.1) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 "Менеджмент" (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12 августа 2020 г., приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 970, с учетом профессиональных стандартов (06.009) Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н) и (06.043) Специалист по интернет-маркетингу (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н).

Целью изучения дисциплины является приобретение знаний технологии сегментирования рынка, освоение практических методов сегментации рынка и разработки плана маркетинговых мероприятий, основанных на технологиях оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

изучение технологии сегментирования рынка;

изучение технологии позиционирования продуктов и компаний на различных сегментах рынка;

формирование умений выявлять факторы, определяющие потребительский спрос;

изучение технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

| Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения по дисциплине (модулю) |
|---|--|
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | |
| ПК-1.1.2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации | Обучающийся знает - основные способы сбора информации - основные способы обработки информации - основные способы анализа информации - основные способы наглядного представления информации |
| ПК-1.2.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа | Обучающийся умеет - находить и анализировать необходимую информацию - применять количественные методы анализа - применять качественные методы анализа |
| ПК-1.2.5. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ | Обучающийся Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию |
| ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | |
| ПК-2.1.5. Знает технологии сегментирования рынка | Обучающийся Знает технологии сегментирования рынка |
| ПК-2.1.6. Знает технологии позиционирования продуктов и | Обучающийся знает - технологии позиционирования продуктов |

| Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения по дисциплине (модулю) |
|--|---|
| компаний | - технологии позиционирования компаний |
| ПК-2.1.7. Знает технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов | Обучающийся знает - технологии оценки конкурентоспособности продуктов - технологии оценки конкурентоспособности конкурентов |
| ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |
| ПК-6.1.3. Знает актуальную на момент исследования аналитическую информацию по демографии | Обучающийся Знает актуальную на момент исследования аналитическую информацию по демографии |

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Всего часов |
|--|-------------|
| Контактная работа (по видам учебных занятий) | 64 |
| В том числе: | |
| – лекции (Л) | 32 |
| – практические занятия (ПЗ) | 32 |
| Самостоятельная работа (СРС) (всего) | 76 |
| Контроль | 4 |
| Форма контроля (промежуточной аттестации) | 3 |
| Общая трудоемкость: час / з.е. | 144/4 |

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Индикаторы достижения компетенций |
|---|----------------------------------|---|-------------------------------------|
| 1 | Технологии сегментирования рынка | Лекция 1-2. (4 часа) Сегментация рынка | ПК-2.1.5. ПК-6.1.3. |
| | | Лекция 3-4. (4 часа) Критерии сегментации | ПК-2.1.5. ПК-6.1.3. |
| | | Лекция 5-6. (4 часа) Основные методы сегментации рынка | ПК-2.1.5. ПК-6.1.3. ПК-1.1.2. |
| | | Лекция 7-8. (4 часа) Этапы сегментации рынка | ПК-2.1.5. ПК-6.1.3. ПК-1.1.2. |
| | | Практическое занятие 1-2. (4 часа) Сегментация рынка | ПК-2.1.5. ПК-6.1.3. |
| | | Практическое занятие 3-4. (4 часа) Критерии сегментации | ПК-2.1.5. ПК-6.1.3. |
| | | Практическое занятие 5-6. (4 часа) Основные методы сегментации рынка | ПК-2.1.5. ПК-6.1.3. ПК-1.1.2. |
| | | Практическое занятие 7-8. (4 часа) | ПК-2.1.5. |

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела | Индикаторы достижения компетенций |
|---|---|---|-----------------------------------|
| | | Этапы сегментации рынка | ПК-6.1.3. ПК-1.1.2. |
| | | Самостоятельная работа. Подготовка к практическим занятиям Изучение конспекта лекций. | ПК-2.1.5. |
| 2 | Технологии позиционирования продуктов и компаний | Лекция 9-10. (4 часа) Технологии позиционирования продуктов | ПК-2.1.6. |
| | | Лекция 11-12. (4 часа) Технологии позиционирования компаний | ПК-2.1.6. |
| | | Практическое занятие 9-10. (4 часа) Технологии позиционирования продуктов | ПК-2.1.6. |
| | | Практическое занятие 11-12. (4 часа) Технологии позиционирования компаний | ПК-2.1.6. |
| | | Самостоятельная работа. Подготовка к практическим занятиям Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций. | ПК-2.1.6. |
| | | | |
| 3 | Технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов | Лекция 13-14. (4 часа) Технологии оценки конкурентоспособности конкурентов | ПК-2.1.7. ПК-1.2.5. |
| | | Лекция 15-16. (4 часа) Технологии оценки конкурентоспособности конкурентов | ПК-2.1.7. ПК-1.2.5. |
| | | Практическое занятие 13-14. (4 часа) Технологии оценки конкурентоспособности конкурентов | ПК-2.1.7. ПК-1.2.5. |
| | | Практическое занятие 15-16. (4 часа) Технологии оценки конкурентоспособности конкурентов | ПК-2.1.7. ПК-1.2.5. |
| | | Самостоятельная работа. Подготовка к практическим занятиям Изучение конспекта лекций. | ПК-2.1.7. ПК-1.2.5. |
| | | | |

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

| № | Наименование раздела дисциплины | Л | ПЗ | ЛР | СРС | Всего |
|---|---|----|----|----|-----|-------|
| 1 | Технологии сегментирования рынка | 12 | 12 | 0 | 24 | 48 |
| 2 | Технологии позиционирования продуктов и компаний | 4 | 4 | 0 | 8 | 16 |
| 3 | Технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов | 16 | 16 | 0 | 44 | 76 |
| | Итого | 32 | 32 | 0 | 76 | 140 |
| Контроль | | | | | | 4 |
| Всего (общая трудоемкость, час.) | | | | | | 144 |

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине является неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- MS Office;
- Операционная система Windows;
- Антивирус Касперский;
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ».

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

– Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Образовательная платформа ЮПАЙТ. – URL: <https://ura.it.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Электронно-библиотечная система Консультант студента URL: <https://www.studentlibrary.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru

– Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> — Режим доступа: свободный.

– Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - URL: <http://cyberleninka.ru/> — Режим доступа: свободный.

– Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

– Информационно-правовой портал Гарант.ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/> — Режим доступа: свободный..

8.5. Перечень печатных и электронных изданий, используемых в образовательном процессе:

Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 14-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 800 с. – URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Ершов, Е. М. Современные концепции управления рынком : учебное пособие / Е. М. Ершов, Н. Е. Коклева. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2017. — 57 с. — ISBN 978-5-7641-0993-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93819> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.12.2020) "О защите прав потребителей"– URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ — Режим доступа: свободный.

Веб-дизайн в маркетинге упаковки : методические указания / составитель А. В. Шафрай. — Кемерово : КемГУ, 2017. — 58 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/102684> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

Личный кабинет обучающегося и электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sdo.pgups.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей;

Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.economy.gov.ru> — Режим доступа: свободный;

Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/>

Разработчик рабочей программы,
ст. преподаватель

Н.Е. Коклева

14 января 2025 г.