

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»

## 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	<b>Знания:</b> основных теоретических понятий маркетинга в сфере услуг; процессов разработки комплекса маркетинга в сфере услуг. <b>Умения:</b> формировать предложения по совершенствованию комплекса маркетинга услуг. <b>Опыт деятельности в</b> 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	3а

### 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.

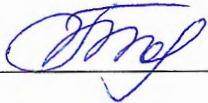
## **11.2. Система контроля и оценивания**

Для оценки успеваемости студентов по дисциплине используется накопительная балльная система.

Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 100 баллов).

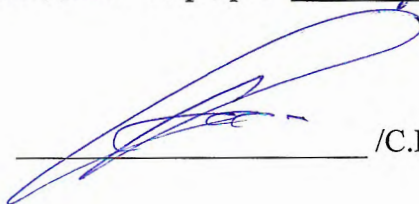
По сумме баллов выставляется итоговая оценка по дисциплине. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: <http://orioks.miet.ru/>.

### **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

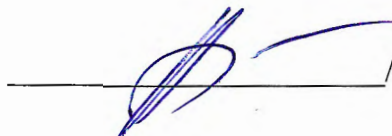


/С.П. Олейник/

### 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 /