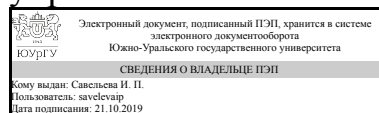


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



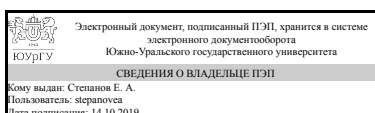
И. П. Савельева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА к ОП ВО от 26.06.2019 №084-2529

дисциплины ДВ.1.06.02 Маркетинг таможенных услуг
для специальности 38.05.02 Таможенное дело
уровень специалист тип программы Специалитет
специализация Организация таможенного контроля
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Таможенное дело

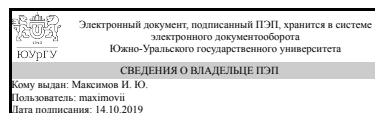
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.05.02 Таможенное дело, утверждённым приказом Минобрнауки от 17.08.2015 № 850

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Е. А. Степанов

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., доцент



И. Ю. Максимов

1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование у студентов общих представлений об основах теории маркетинга в таможенной сфере, прикладных основ особенностей деятельности непроизводственной сферы, повышение компетентности обучающихся на основе практического освоения методологических подходов к управлению государственными таможенными услугами на основе маркетингового подхода. Задачи дисциплины "Маркетинг Таможенных услуг" : - Ознакомление студентов с категориями маркетинга: цена, рынок, реклама, товар, услуга, с особенностями услуг как категории маркетинга; - Выработка у студентов практических навыков применения инструментов маркетинга применительно к рынку таможенных услуг, оценки качества таможенных услуг; - Привитие навыков оказания таможенных услуг высокого качества.

Краткое содержание дисциплины

В результате освоения дисциплины студенты будут иметь представление об отличиях производственной и непроизводственной сферы; об основных факторах, влияющих на развитие правовой сферы; о специфике существования рынка таможенных услуг. Так же будут знать принципы, функции и концепции маркетинга услуг; основы формирования комплекса маркетинга в сфере услуг и особенности его реализации; процесс формирования и поведения услуги на рынке; формирование коммуникативной политики в маркетинге услуг; конкурентные стратегии на рынке услуг. Научатся владеть понятийным аппаратом по проблемам реализации маркетинга в таможенной сфере; разрабатывать ассортиментную политику в сфере услуг; планировать и реализовывать рекламу услуг; применять конкурентные стратегии на рынке услуг. Приобретут навыки владения специальной терминологией; оценку внешней и внутренней среды предприятия.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-12 умением обеспечить защиту гражданских прав участников ВЭД и лиц, осуществляющих деятельность в сфере таможенного дела	Знать: гражданские права участников ВЭД и лиц, осуществляющих деятельность в сфере таможенного дела.
	Уметь: применять нормы таможенного законодательства.
	Владеть: навыками применения правил, содержащихся в источниках административного и таможенного права, составления документов при обнаружении признаков административного правонарушения или преступления в сфере таможенного дела.
ПК-18 готовностью к сотрудничеству с таможенными органами иностранных государств	Знать: сущность и виды цен мирового рынка, принципы формирования и обоснования внешнеторговых цен.
	Уметь: применять нормы международного и таможенного законодательства при осуществлении таможенных процедур.

	Владеть: навыками прогнозирования объемов ВЭД в регионе деятельности таможенного органа; навыками анализа поступления таможенных платежей в доход государства.
ПК-34 способностью обеспечивать информацией в сфере таможенного дела государственные органы, организации и отдельных граждан	Знать: методы обеспечения информацией в сфере таможенного дела.
	Уметь: отправлять данные от лица таможенных органов.
	Владеть: навыками использования программного обеспечения.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.19 Основы менеджмента, Б.1.16 Таможенное дело	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Б.1.19 Основы менеджмента	Знать: - объективные тенденции развития современного менеджмента; - закономерности, принципы и методы управления социально-экономическими системами; - методы получения, обобщения и использования управленческой информации при разработке управленческих решений и планов; - основные организационные структуры управления организациями; - основные функции менеджмента и механизмы их реализации в практике управления организациями. Уметь: - ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; - использовать принципы и методы оптимизации организационного развития, уметь своевременно выявлять внутриорганизационные конфликты и разрабатывать пути их преодоления. Владеть - методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; - методами формирования и поддержания этичного климата в организации; - методами и основными приемами исследовательской деятельности в процессе совершенствования менеджмента организации.
Б.1.16 Таможенное дело	Знать: - роль и значение таможенного дела для регулирования международной торговли; - значение международных соглашений для развития национального таможенного

	законодательства и практики; - роль законодательных и исполнительных властей в формировании механизма таможенно-тарифного регулирования, структуру российских таможенных органов; - систему мер и организационные формы таможенно-тарифного регулирования и их практическое применение в таможенном деле; - таможенные платежи, порядок их уплаты и взыскания в соответствии с законодательством Таможенного союза и национальным российским законодательством; - основные инструменты нетарифного регулирования в рамках Таможенного союза; - основные этапы проведения таможенного оформления в России в соответствии с законодательством Таможенного союза и национальным российским законодательством; - формы и порядок проведения таможенного контроля в соответствии с законодательством Таможенного союза и национальным российским законодательством; - таможенные режимы; - правонарушения в области таможенного дела. Уметь: - оценивать общую эффективность мер таможенно-тарифного регулирования для развития экономики страны в целом или отдельной отрасли; - оценивать общую эффективность внешнеторговой операции с позиции применения мер таможенного регулирования; - определить общий перечень документов и сведений, необходимых для таможенного оформления конкретной партии товаров; - рассчитать величину таможенных платежей, подлежащих уплате при перемещении товаров через таможенную границу Таможенного союза; - оценить правильность заполнения грузовой таможенной декларации; - выбрать в рамках действующего законодательства наиболее эффективный таможенный режим для проведения внешнеторговой операции; - предупреждать совершение таможенных правонарушений.
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		10
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	2	2

Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	10	10
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	96	96
Решение тестовых заданий	30	30
Ответы на вопросы	30	30
Подготовка к зачету	36	36
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Маркетинг услуг: понятие и основные категории	5	1	4	0
2	Маркетинг в сфере таможенных услуг	7	1	6	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Маркетинг услуг: понятие и основные категории	1
1	2	Маркетинг в сфере таможенных услуг	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Методологические основы маркетинга услуг	2
2	1	Некоммерческий маркетинг	2
3	2	Маркетинг в сфере таможенных услуг	1
3	2	Понятие "таможенная услуга" и его структуризация	1
4	2	Проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг	1
4	2	Посредническая деятельность на рынке таможенных услуг	1
5	2	Помощь клиентам в осуществлении экспортно-импортных операций	1
5	2	Маркетинг экспортно-импортных операций	1

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Решение тестовых заданий	Годин, А. М. Маркетинг: учебник / А. М. Годин. – М.: Дашков и К, 2012. – 656 с.	30
Ответы на вопросы	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие/ под ред.	30

	Н.А. Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 282с.	
Подготовка к зачету	Макрусов, В.В. Маркетинг таможенных услуг: учебник. [Электронный ресурс] / В.В. Макрусов, В.Ю. Дианова. — Электрон. дан. — М. : РТА, 2010. — 298 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/74042	36

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Деловая игра	Практические занятия и семинары	Суть деловой игры заключается в совокупном воссоздании и разыгрывании различных организационных процессов. Что позволяет максимально приблизить учебную деятельность к профессиональной.	4
Интерактивные лекции	Лекции	Суть интерактивных лекций состоит в том, что они позволяют организовать учебный процесс таким образом, что практически все обучающиеся оказываются вовлеченными в процесс познания. Они имеют возможность понимать и рефлексировать по поводу того, что они знают и думают. Совместная деятельность обучающихся в процессе познания, освоения учебного материала означает, что каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности. Причем, происходит это в атмосфере доброжелательности и взаимной поддержки, что позволяет не только получать новое знание, но и развивает саму познавательную деятельность, переводит ее на более высокие, творческие формы кооперации и сотрудничества.	2

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
Деловая игра	Суть предлагаемой деловой игры заключается в совокупном воссоздании и разыгрывании различных организационных процессов. Её тематика связана с конкретными профессиональными ситуациями и носит прикладной характер, включая задачи ситуационного моделирования по актуальным проблемам. Что позволяет максимально приблизить учебную деятельность к профессиональной. Цель деловой игры – в имитационных условиях дать студенту возможность научиться разрабатывать и принимать решения.

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Маркетинг услуг: понятие и основные категории	ПК-34 способностью обеспечивать информацией в сфере таможенного дела государственные органы, организации и отдельных граждан	Текущий	1
Маркетинг в сфере таможенных услуг	ПК-18 готовностью к сотрудничеству с таможенными органами иностранных государств	Текущий	2
Все разделы	ПК-12 умением обеспечить защиту гражданских прав участников ВЭД и лиц, осуществляющих деятельность в сфере таможенного дела	Промежуточная аттестация (зачет)	3
Все разделы	ПК-18 готовностью к сотрудничеству с таможенными органами иностранных государств	Промежуточная аттестация (зачет)	4
Все разделы	ПК-34 способностью обеспечивать информацией в сфере таможенного дела государственные органы, организации и отдельных граждан	Промежуточная аттестация (зачет)	5

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Текущий	Решение тестовых заданий. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 1 час. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов.	Зачтено: Рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 12 баллов. Не зачтено: Рейтинг обучающегося за мероприятие меньше 12 баллов.
Текущий	Реферат	Отлично: Правильно изложено задание; при изложении были допущены 1-2 несущественные ошибки, которые он исправляет после замечания. 17-20 баллов. Хорошо: Неполно (не менее 50 % от полного), но правильно изложено задание; при изложении допущена 1 существенная ошибка; знает и понимает основные положения данной темы, но допускает неточности в формулировки понятий; излагает выполнение задания

		недостаточно логично и последовательно; затрудняется при ответах на вопросы преподавателя. 13-16 баллов. Удовлетворительно: Неполно (менее 50 % от полного) изложено задание; при изложении были допущены существенные ошибки. 8-12 баллов. Неудовлетворительно: Не удовлетворяет требованиям, установленным преподавателем к данному виду работы. 0 баллов.
Промежуточная аттестация (зачет)	Ответы на вопросы.	Зачтено: Рейтинг обучающегося больше или равен 60 %. Не зачтено: Рейтинг обучающегося меньше 60 %.

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Текущий	1. Структуру таможенного дела составляют: • 1) Таможенная политика; • 2) Перемещение через таможенную границу товаров и транспортных средств; • 3) Таможенные режимы; • 4) Таможенно-тарифное регулирование; • 5) Таможенные пошлины Варианты ответа: A) 1,2,3,4; B) 4, 5; C) 1,2, 3,5; D) 1,2,3,4,5 2. Экономические цели таможенной деятельности достигаются посредством взимания таможенных платежей при перемещении товаров через таможенную границу: • 1) Таможенных пошлин; • 2) Налога на добавленную стоимость; • 3) Акцизов; • 4) Сборов за таможенное оформление; • 5) Некоторых видов налогов Варианты ответа: A) 1,2,3,4 B) 4,5 C) 1,2,5 D) 1,2,3,4,5 3. Регулятивные цели таможенной деятельности достигаются посредством: • 1) Установления ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу; • 2) Установления запретов и ограничений на ввоз и вывоз товаров; • 3) Выдачи разрешений на ввоз и вывоз отдельных товаров; • 4) Взимания таможенных платежей при перемещении товаров через таможенную границу Варианты ответа: A) 1, 2, 3 B) 3,4 C) 1,2,3,4 D) 1,2,4

4. Правоохранительные цели таможенной деятельности заключаются в:

- 1) Защите государственной безопасности страны, общественного порядка, жизни и здоровья людей, нравственности, моральных устоев и культурных ценностей общества;
- 2) Обеспечении интересов российских потребителей ввозимых товаров;
- 3) Установлении ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу;
- 4) Установлении сборов за таможенное оформление;
- 5) Применении мер пресечения незаконного оборота наркотических средств, оружия, предметов художественного, исторического и археологического достояния

Варианты ответа:

A) 1,2, 5
 B) 3, 4, 5
 C) 1,2, 3,4, 5
 D) 3,5

5. Монополия таможенного дела решает задачу (-и):

- 1) Всемерного использования внешнеэкономических связей для решения вопросов развития экономики страны;
- 2) Ограждения экономики страны от неблагоприятного воздействия внешнеэкономических факторов — спекулятивных, конъюнктурных;
- 3) Установления таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу;
- 4) Выдачи разрешений на ввоз и вывоз отдельных товаров. Варианты ответа:

A) 1,2
 B) 1,2,3,4
 C) 3,4
 D) 3

6. К ведению Российской Федерации относят:

- 1) Таможенное дело;
- 2) Таможенное регулирование;
- 3) Правовое регулирование ВЭД;
- 4) Всемерное использование внешнеэкономических связей для решения вопросов развития экономики страны.

Варианты ответа:

A) 1,2
 B) 3,4
 C) 1,2,3,4
 D) 1, 3

7. Совокупность нормативных актов, в рамках и на основе которых осуществляется практика внешнеэкономической деятельности (ВЭД), представлена:

- 1) Международными правилами и нормами, подписанными РФ, международными договорами России с другими странами;
- 2) Национальным законодательством по ВЭД, представленным законами, кодексами, а также подзаконными актами;
- 3) Таможенным законодательством;
- 4) Законами, регулирующими ВЭД.

Варианты ответа:

A) 1,2
 B) 3,4
 C) 4
 D) 3

8. Административная форма нетарифного государственного регулирования торгового оборота, определяющая количество и номенклатуру товаров, разрешенных к экспорту или импорту

- A) Количественные ограничения
- B) Система экспортного (импортного) контроля
- C) Таможенный контроль
- D) Таможенное оформление

9. Количественные ограничения включают:

- 1) Квотирование (контингентирование);
- 2) Лицензирование;
- 3) «Добровольное» ограничение экспорта;
- 4) Систему экспортного контроля.

Варианты ответа:

- A) 1,2,3
- B) 1,2,3,4
- C) 1,2,4
- D) 2, 3, 4

10. Количественная нетарифная мера ограничения экспорта или импорта товара определенным количеством или суммой на определенный промежуток времени

- A) Квота
- B) Пошлина
- C) Портовый сбор
- B) Внутренний налог

11. По направленности действия квоты подразделяются на:

- 1) Экспортные;
- 2) Импортные;
- 3) Глобальные;
- 4) Индивидуальные.

Варианты ответа:

- A) 1,2
- B) 1,2, 3,4
- C) 3,4
- D) 2, 4

12. По охвату квоты делятся на:

- 1) Глобальные;
- 2) Индивидуальные;
- 3) Экспортные;
- 4) Импортные.

Варианты ответа:

- A) 1,2
- B) 1,2, 3,4
- C) 3,4
- D) 2, 4

13. Регулирование внешнеэкономической деятельности через разрешения, выдаваемые государственными органами на экспорт или импорт товара в установленных количествах за определенный промежуток времени

- A) Лицензирование
- B) Квотирование
- C) Контингентирование
- D) Ограничение экспорта или импорта

14. Лицензии бывают:

- 1) Разовые;
- 2) Генеральные;
- 3) Индивидуальные;
- 4) Коллективные.

Варианты ответа:

- A) 1,2
- B) 3,4

- С) 1,2,3,4
D) 2, 3
15. Письменное разрешение сроком до 1 (одного) года на ввоз или вывоз, выдаваемое уполномоченным органом конкретной фирме на осуществление одной внешнеторговой сделки
- A) Разовая лицензия
B) Генеральная лицензия
C) Глобальная лицензия
B) Коллективная лицензия
16. Разрешение на ввоз или вывоз того или иного товара в течении года без ограничения сделок
- A) Генеральная лицензия
B) Разовая лицензия
C) Глобальная лицензия
D) Автоматическая лицензия
17. Разрешение ввезти или вывезти данный товар в любую страну мира за определенный промежуток времени без ограничения количества
- A) Глобальная лицензия
B) Генеральная лицензия
C) Автоматическая лицензия
D) Разовая лицензия
18. Разрешение, выдаваемое немедленно после получения от экспортера или импортера заявки, которая не может быть отклонена государственным органом
- A) Автоматическая лицензия
B) Генеральная лицензия
C) Глобальная лицензия
D) Разовая лицензия
19. Количественное ограничение экспорта, основанное на обязательстве одного из партнеров по торговле ограничить или, по крайней мере, не расширять объем экспорта, принятом в рамках официального межправительственного или неофициального соглашения об установлении квот на экспорт товара
- A) «Добровольное» ограничение экспорта
B) Квотирование
C) Контингентирование
D) Лицензирование
20. Виды нетарифных ограничений:
- 1) Технические барьеры;
 - 2) Внутренние налоги и сборы;
 - 3) Политика в рамках государственных закупок;
 - 4) Требования о содержании местных компонентов;
 - 5) Квотирование.
- Варианты ответа:
- A) 1,2,3,4
B) 1, ,3,4,5
C) 3,5
D) 1,2,4,5
21. Национальные технические, административные нормы и правила, построенные так, чтобы препятствовать ввозу товаров из-за рубежа
- A) Технические барьеры
B) «Добровольное» ограничение экспорта
C) Политика в рамках государственных закупок
D) Система экспортного контроля
22. Наиболее распространенные технические барьеры:
- 1) Требования о соблюдении национальных стандартов;
 - 2) Требования о получении сертификатов качества импортной продукции;
 - 3) Требования к упаковке и маркировке;

- 4) Требования о соблюдении таможенных формальностей и требований
 - 5) количественные требования.
- Варианты ответа:
- A) 1,2,3,4
 - B) 2,3,5
 - C) 3,4,5
 - D) 1,2,3,5
- 23 Совокупность мер по реализации федеральными органами исполнительной власти порядка вывоза за пределы РФ вооружений и военной техники, а также отдельных видов сырья, материалов, оборудования, технологий и научно-технической информации, которые могут быть использованы при создании вооружений и военной техники, по недопущению вывоза оружия массового уничтожения и иных опасных видов оружия и технологий их создания, а также мер по выявлению, предупреждению и пресечению нарушений этого порядка
- A) Система экспортного контроля
 - B) Количественные ограничения
 - C) «Добровольное» ограничение экспорта
 - D) Технические барьеры
24. Товары двойного применения:
- 1) Которые могут быть использованы при создании ракетного оружия;
 - 2) Которые могут быть использованы при создании ядерного оружия;
 - 3) Которые могут быть использованы при создании химического оружия;
 - 4) Которые могут быть использованы при создании бактериологического оружия;
 - 5) Которые могут быть использованы при создании военной техники и вооружений;
 - 6) которые могут быть повторно переработаны.
- Варианты ответа:
- A) 1,2,3,4,5
 - B) 1,3,5, 6
 - C) 3,4,5,6
 - D) 1, 5, 6
25. Экспортный контроль производится в целях:
- 1) Защиты государственных интересов РФ при осуществлении ВЭД и конверсии оборонной промышленности;
 - 2) Соблюдения международных обязательств по нераспространению оружия массового поражения и иных наиболее опасных видов оружия;
 - 3) Обеспечения единой государственной политики в области экспортного контроля;
 - 4) Установления количественных ограничений.
- Варианты ответа:
- A) 1,2,3
 - B) 1,2,3,4
 - C) 3,4
 - D) 2, 3, 4
26. Государственную систему экспортного контроля РФ возглавляет:
- A) Президент Российской Федерации
 - B) Комиссия по экспортному контролю
 - C) Федеральная служба безопасности
 - D) Государственный таможенный комитет
27. В государственную систему экспортного контроля РФ входят:
- 1) Правительство РФ;
 - 2) Комиссия по экспортному контролю;
 - 3) Министерство иностранных дел;
 - 4) Министерство экономики;
 - 5) Государственный таможенный комитет;

	• 6) Налоговые службы России; • 7) Ресурсоснабжающие организации. Варианты ответа: A) 1,2,3,4,5 B) 1,2,3,6 C) 3,4,5,7 D) 2,5,6,7
Текущий	1. Проблема определения государственных услуг в сфере таможенного дела. 2. Виды государственных услуг, предоставляемых таможенными органами. 3. Системный характер таможенных услуг. 4. Проблемы теории и практики таможенного маркетинга. 5. Современная структура рынка таможенных услуг. 6. Современные условия и направления развития таможенного администрирования. 7. Консультационные услуги в таможенной сфере. 8. Услуги по декларированию товаров. 9. Служба маркетинга предприятия, оказывающего таможенные услуги. 10. Комплексный подход к оказанию таможенных услуг. 11. Анализ современного состояния и перспектив развития рынка таможенных услуг. 12. Оценка поведения потребителей таможенных услуг. 13. Взаимосвязь конкуренции и ценообразования на таможенные услуги. 14. Особенности формирования ценности таможенных услуг. 15. Маркетинговые коммуникации и продвижение таможенных услуг. 16. Основные методы стимулирования сбыта таможенных услуг. 17. Ценовая политика предприятия, оказывающего таможенные услуги. 18. Модель ценообразования в компании, оказывающей таможенные услуги. 19. Оценка эффективности мероприятий по продвижению таможенных услуг. 20. Стратегии ценообразования в таможенной сфере деятельности.
Промежуточная аттестация (зачет)	1. Сущность концепции маркетинга услуг. 2. История возникновения и основные этапы развития маркетинга услуг. 3. Место маркетинга услуг среди других маркетинговых концепций. 4. Дополнительные виды маркетинга в сфере услуг. Причины их появления и сущность. 5. Основные модели маркетинга услуг. 6. Представление об организации (фирме) в моделях маркетинга услуг. 7. Становление концепции маркетинга услуг: историческая ретроспектива. 8. Основные школы маркетинга услуг. 9. Комплекс маркетинговых инструментов в сфере услуг. 10. Понятие услуги, товара, продукта. Диалектика дефиниций. Подходы к определениям различных маркетинговых школ. 11. Характеристики услуги. 12. Содержание и сущность некоммерческого маркетинга. 13. Современное состояние дискуссии о некоммерческом маркетинге. 14. Некоммерческий маркетинг или нон-бизнес маркетинг. 15. Институциональный маркетинг. 16. Особенности некоммерческого маркетинга. 17. Связь некоммерческого маркетинга с организациями, территориями и идеями. 18. Понятие и классификация некоммерческих субъектов. 19. Государственный институт как некоммерческий субъект рынка. 20. Каузальная модель государственного управления в условиях современного рынка. 21. Причинно-следственные связи между состоянием таможенного администрирования, состоянием экономики и уровнем жизни населения. 22. Развитие маркетинга таможенных услуг в России.

- | | |
|--|---|
| | 22. Система управления таможенными услугами в России.
23. Проблемы существующие в данной области таможенной деятельности.
24. Таможенная система на рынке услуг.
25. Факторы, актуализирующие проблему маркетинга таможенных услуг.
26. Современные условия и направления развития таможенного администрирования.
27. Факторы, определяющие необходимость качественного совершенствования современных таможенных инструментов, траекторию регулирования сферы внешнеэкономической и администрирования таможенной деятельности.
28. Генеральная стратегия развития таможенной службы России.
29. Проблемы теории и практики таможенного маркетинга.
30. Проблемы институционального характера.
31. Проблемы функционально-технологического характера.
32. Проблемы научно-прикладного характера. |
|--|---|

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : Экспресс-курс [Текст] Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. И. Малковой. - 3-е изд. - СПб. и др.: Питер, 2010. - 479 с. ил.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] крат. курс : пер. с англ. Ф. Котлер. - М. и др.: Вильямс, 2015. - 488 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению 080111 "Маркетинг услуг" Т. А. Тультаев. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 206, [1] с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. 2006-2013
2. Менеджмент в России и за рубежом: 2000-2013

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Диянова С. Н. Маркетинг сферы услуг: методическое пособие / С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. - М.: Магистр: Инфра-М, 2012. - 192 с.
2. Маркетинг в социальной сфере : [учеб. пособие] / [О. В. Нотман, Н. Л. Антонова, О. И. Пименова, А. Н. Новгородцева ; под общ. ред. О. В. Нотман] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 116 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

3. Диянова С. Н. Маркетинг сферы услуг: методическое пособие / С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. - М.: Магистр: Инфра-М, 2012. - 192 с.
4. Маркетинг в социальной сфере : [учеб. пособие] / [О. В. Нотман, Н. Л. Антонова, О. И. Пименова, А. Н. Новгородцева ; под общ. ред. О. В.

Нотман] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 116 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступно (сеть Интернет / локальная / авторизованная / свободный / открытый доступ)
1	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Диянова С. Н. Маркетинг сферы услуг/ С.Н. Диянова, А.Э. Штезель. - М.: Магистр: Инфра-М, 2012. Режим доступа: https://znanium.com/bookread2.php?book=326965&spec=1	Электронно-библиотечной системы Znanium.com (Нижевартовск)	Интернет / Свободный
2	Основная литература	Макрусов, В.В. Маркетинг таможенных услуг: учебник. [Электронный ресурс] / В.В. Макрусов, В.Ю. Дианова. - Электрон. дан. — М. : РТА, 2010. — 298 с. Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/74042	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Интернет / Свободный
3	Дополнительная литература	МАРКЕТИНГ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Таможенное дело" В. Ю. Дианова, В. В. Макрусов ; Российская таможенная академия	eLIBRARY.RU	Интернет / Авторизованная

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)
2. ООО Альта-софт-Альта-Максимум (версия PRO)(бессрочно)
3. Microsoft-Windows(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -Консультант Плюс(31.07.2017)
2. -Гарант(31.12.2019)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	118 (36)	20 компьютерных рабочих мест, 1 ноутбук, 1 проектор, 1 экран, 1 коммутатор, 1 доска магнитная маркерная. Досмотровый комплект зеркал «Поиск-2У», Комплект сменных щупов «КЩ-3М», Переносной комплект технических средств для обследования автотранспорта «Гастроль П», Портативный ультрафиолетовый осветитель «Дозор-В», Прибор для углубленной светооптической проверки документов «Генетика-02.01»; Экран Da-liteModel B 152x203. 7 парт со скамьей, 10 столов компьютерных, 1 стол письменный с тумбой, 20 стульев ИЗО.

Лекции	524 (3)	Проектор, компьютер, экран, стол преподавателя, стул преподавателя, парты со скамьей на 75 посадочных мест.
--------	------------	---