

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Наименование ОПОП ВО

38.03.06 Торговое дело. Интернет-маркетинг и электронная торговля

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является формирование у слушателей системы знаний, умений и владений навыками в области маркетинга с учетом специфики предприятий различных отраслей и сфер деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- изложение теоретических основ маркетинговой деятельности предприятий различных отраслей и сфер деятельности;
- обучению методам анализа маркетинговой деятельности конкретных предприятий с целью выявления ее достоинств и недостатков;
- привитие навыков разработки эффективных мероприятий в области продуктовой, ценовой, распределительной, коммуникативной и кадровой (персональной) политик различных предприятий;
- обучение методам оценки эффективности маркетинговых мероприятий.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПК-3	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знания:	методы выявления и удовлетворения потребностей покупателей с помощью маркетинговых коммуникаций, способы изучения и прогнозирования спроса потребителей
			Умения:	разрабатывать рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, планировать программу маркетинга
			Навыки:	методиками анализа, прогнозирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций, навыками разработки программы маркетинга

	ПК-5	Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знания:	принципы и структуру управления персоналом организации (предприятия) для различных отраслей и сфер деятельности
			Умения:	анализировать оптимальность организационно-управленческой структуры предприятия с учетом его сферы деятельности
			Навыки:	разработки предложений по совершенствованию управления персоналом организации (предприятия)

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Промышленный маркетинг
- 2) Маркетинг образовательных услуг
- 3) Маркетинг в сфере услуг
- 4) Маркетинг в сфере торговли
- 5) Банковский маркетинг
- 6) Маркетинг в страховании
- 7) Маркетинг в строительстве
- 8) Маркетинг гостиничного хозяйства
- 9) Интернет-маркетинг

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Бл1.В	6	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

Составители(ль)

Жохова В.В., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли, Valentina.Zhohova@vvsu.ru