

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины **МАРКЕТИНГ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	Целью освоения учебной дисциплины является приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга в торговле, формированию общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в сфере торговли.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	Тема 1. Понятие, функции и задачи маркетинга в торговле Тема 2. Концепция маркетинга в торговле Тема 3. Маркетинговая среда торгового предприятия Тема 4. Маркетинговые исследования в торговле Тема 5. Сегментирование рынка в торговле Тема 6. Позиционирование товара Тема 7. Маркетинг оптовой торговли Тема 8. Специфика маркетинга торговли на ярмарках-выставках Тема 9. Маркетинг розничной торговли Тема 10. Ассортимент в товарной политике маркетинга торговли Тема 11. Ценовая политика в маркетинге Тема 12. Маркетинговые коммуникации в торговле Тема 13. Персональный маркетинг в торговле Тема 14. Стратегический маркетинг Тема 15. Организационные формы управления маркетингом торговли Тема 16. Планирование в системе управления маркетингом Тема 17. Контроль в маркетинге торговли Тема 18. Оценка эффективности маркетинговых технологий в торговле
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	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» ПК-10 «способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности» ПК-11 «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности»
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной	«Маркетинг», «Рекламная деятельность», «Коммерческая деятельность», «Экономика организации», «Ценообразование

ДИСЦИПЛИНЫ	
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия в области маркетинговой деятельности; - основные направления маркетинговой деятельности торгового предприятия - виды, методы и технологий проведения маркетинговых исследований (ПК-10); - понятие инновационного процесса и инновационного потенциала предприятия, инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (ПК-11) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать опросные листы для проведения маркетинговых исследований (ПК-3) - формировать комплекс маркетинга торгового предприятия (ПК-3) - разрабатывать программу исследований (ПК-10); - применять методы статистического анализа для оценки результатов исследования (ПК-10) - анализировать и применять инновационные методы в области профессиональной деятельности (ПК-11) <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выявления основных потребностей покупателей (ПК-3) - навыками оценки конъюнктуры рынка (ПК-3) - навыками формирования и анализа маркетинговой информации (ПК-3) - методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации (ПК-10); - умением проводить маркетинговые исследования с целью оптимизации торгового маркетинга на предприятии (ПК-10) - навыками разработки инновационных методов в области профессиональной деятельности и методами оценки инновационных проектов (ПК-11)
Используемые инструментальные и программные средства:	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради
Формы текущего контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль
Форма промежуточного контроля:	Зачет (устно), Экзамен

Составитель



К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ



О. Б. Ярьсь

Председатель учебно-методической комиссии направления 38.03.06.

О. П. Полоцкая