

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины **МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<b>Цель изучения дисциплины</b>	формирование комплекса знаний, базовых умений и навыков в области маркетинга для обеспечения адекватной ориентации в современном социуме, знать особенности культуры взаимоотношений и поведения потребителей на рынке, владеть основами анализа рыночной конъюнктуры, обобщения информации о потребителях, постановке целей проведения маркетинговых исследований и выбора путей их достижения
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.</li> <li>2 Маркетинговая среда организации и ее структура.</li> <li>3 Маркетинговая информация: понятие, виды, источники получения</li> <li>4 Маркетинговые исследования: методы исследований</li> <li>5 Методы анализа потребителей. Анкетный опрос</li> <li>6 Методы анализа конкурентов.</li> <li>7 Сегментация рынка: понятие и методы сегментации</li> <li>8 Выбор целевого сегмента и стратегии охвата рынка</li> <li>9 Позиционирование на рынке товаров и услуг</li> <li>10 Комплекс маркетинга: товарная политика</li> <li>11 Комплекс маркетинга: ценовая политика</li> <li>12 Комплекс маркетинга: сбытовая политика</li> <li>13 Комплекс маркетинга: коммуникационная политика</li> <li>14 Стратегический маркетинг: понятие, виды стратегий</li> <li>15 Управление маркетингом: организационные структуры службы маркетинга</li> <li>16 Маркетинговое планирование</li> <li>17 Бюджет маркетинга</li> <li>18 Маркетинговый контроль. Оценка эффективности маркетинговой деятельности</li> </ol>
<b>Пререквизиты дисциплины</b>	«Экономика организации»
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	<p>(ОПК-4) способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);</p> <p>способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;</p> <p>(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</p>

<p><b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p>	<p><b>ОПК-4</b> Знать: - основные методы сбора информации; -основные методы оценки имеющейся и поступающей информации. Уметь: - организовать сбор необходимой маркетинговой информации с применением современных информационных технологий; - интерпретировать результаты полученной маркетинговой и прочей информации. Владеть - навыками подготовки и проведения мероприятий по сбору необходимой информации; -навыками подготовки отчета по результатам сбора информации и формирования на его основе рекомендаций.</p> <p><b>ПК-3</b> Знать: - особенности покупательского поведения на рынке товаров и услуг - методы анализа покупателей; - методы прогнозирования спроса; - основные понятия конъюнктуры рынка Уметь: - формировать опросные листы для проведения маркетинговых исследований; - формировать комплекс маркетинговых коммуникаций для торгового предприятия; - подобрать наиболее подходящий для рыночной ситуации метод прогнозирования спроса; Владеть: -навыками выявления основных потребностей покупателей; - навыками оценки конъюнктуры рынка; - навыками формирования и анализа маркетинговой информации.</p>
<p><b>Используемые инструментальные и программные средства:</b></p>	<p>Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета</p>
<p><b>Формы текущего контроля:</b></p>	<p>Контрольные работы, рейтинг-контроли</p>
<p><b>Форма промежуточного контроля знаний:</b></p>	<p>Зачет, экзамен</p>

Составитель аннотации,  
специалист по УМР кафедры КиГ



Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ



О.Б.Яресь

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06



О.П.Полоцкая

24.08.2019