АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таможенный маркетинг
(наименование дисциплины)

38.05.02 «ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО»
(код направления (специальности) подготовки)

1. **ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** – овладение студентами теоретическими основами таможенного дела и логистики и навыками таможенно-тарифного регулирования для определения наиболее эффективных способов и методов предоставления таможенных услуг

2. **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Учебная дисциплина «Таможенный маркетинг» относится к базовой части учебного плана.

3. **КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурными (ОК):

- владение методами и средствами получения, хранения, обработки информации, навыками использования компьютерной техники, программно-информационных систем, компьютерных сетей (ОК-3);

- способность понимать экономические процессы, происходящие в обществе, и анализировать тенденции развития российской и мировой экономик (ОК-4);

- способность на научной основе организовать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности(ОК-6);

Профессиональными (ПК):

- способностью организовывать сбор информации для управленческой деятельности, оценивать эффективность деятельности таможни (таможенного поста) и их структурных подразделений, анализировать качество предоставляемых услуг (ПК-25);

- способностью организовывать деятельность исполнителей при осуществлении

конкретных видов работ, предоставлении услуг (ПК-27).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

-сущностью понятия таможенная услуга, суть услуги, ее характеристика, классификацию таможенной услуги структуру понятий и системный характер, их элементы и схему связи и механизмов регулирования ВЭД;

-место и роль маркетинга в сфере таможенных услуг, основные концепции системы таможенного маркетинга, маркетингового мониторинга таможенных услуг, критерии анализа.

уметь:

-определить и структурировать задающие динамику и траекторию стратегических изменений таможенной системы;

-ставить современные проблемы и задавать стратегические цели развития таможенного дела;

-видеть и формулировать в контексте возникающих проблем целей и задач маркетинга таможенных услуг;

-уметь формулировать задачи маркетинга в сфере таможенных услуг, с учетом специфики заказчика таможенных услуг.

владеть:

-навыками применять на практике полученные знания, классифицировать таможенные услуги, анализировать проблемы маркетинга таможенных услуг.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Услуга как объект маркетинга

Тема 2. Развитие услуг

Тема 3. Особенности маркетинга услуг.

Тема 4. Классификация услуг.

Тема 5. Сегментирование рынка.

Тема 6. Маркетинговая информация.

Темы 7. Особенности маркетинга-микса в маркетинге услуг.

Тема 8. Планирование маркетинга услуг.

Тема 9. Особенности применения маркетинга в России.

Составитель: доцент кафедры ГПУ ТД — Андрианов А.Ю — _____
(должность) (ФИО) (подпись)

Заведующий кафедрой ГПУ ТД — С.Н. Мамедов — _____
(ФИО) (подпись)

Директор Юридического института — О.Д. Третьякова — _____
(подпись)

Дата: «23» сентября 2015 г.

МП

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых» Юридический институт