

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 и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.06 «Торговое дело» (Б-ТД)	ПКВ-2 : Способен участвовать в управлении маркетинговой деятельностью организации, в том числе в интернет-пространстве	ПКВ-2.2к : Разрабатывает предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности организации на операционном уровне, в рамках текущих бизнес-процессов и проектной работы	РД1	Знание	сущности маркетинговой деятельностью в организации, операционном уровне, в рамках текущих бизнес-процессов и проектной работы
			РД2	Умение	разрабатывать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности организации на операционном уровне, в рамках текущих бизнес-процессов и проектной работы

			РДЗ	Навык	владения методами оценки и совершенствования маркетинговой деятельности организации на операционном уровне, в рамках текущих бизнес-процессов и проектной работы
--	--	--	-----	-------	--

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 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.06 Торговое дело	ОФО	Б4.Ф	4	2	37	18	18	0	1	0	35	3

Составители(ль)

Жохова В.В., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра таможенного дела и логистики, Valentina.Zhohova@vvsu.ru