|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Маркетинг** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | 43.03.01 | Сервис |
| Профиль | Технологии менеджмента в сервисе | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года 11 месяцев | |
| Форма обучения | заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Маркетинг» изучается на третьем курсе.
      2. Курсовая работа на третьем курсе.

3.1. Форма промежуточной аттестации:

третий курс - экзамен

3.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части программы.
      2. Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:
    - Менеджмент;
    - Сервисная деятельность;
    - Экономика организаций (предприятий);
    - Методы принятия управленческих решений.
      1. Результаты обучения по учебной дисциплине «Маркетинг», используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:
    - Основы предпринимательской деятельности;
    - Бизнес-планирование на предприятиях сервиса;
    - Экономика туризма и гостиничного сервиса;
    - Маркетинг услуг;
    - Управление проектами.
      1. Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении учебной/производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

3.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

* + - 1. Целями изучения дисциплины «Маркетинг» являются:
    - изучение принципов и методов маркетингового управления компанией;
    - формирование навыков маркетингового подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности, выстраивания взаимосвязей маркетинга с другими функциональными подразделениями компании с акцентом на решение общекорпоративных задач роста и управления;
    - формирование у обучающихся компетенцией, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции(й) и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** | **Планируемые результаты обучения**  **по дисциплине** |
| --- | --- | --- |
| ОПК-4  Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов. | ИД-ОПК-4.1  Использование основных видов маркетинговых коммуникаций | * Использует методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации. * Использует инструменты и методы маркетинговой деятельности для организации продвижения и продажи сервисных продуктов. * Использует основные методы маркетинговых коммуникаций для взаимодействия с внешней и внутренней средой предприятия (организации) * Знает подходы и методы маркетинговых исследований рынка, потребителей, конкурентов в сфере сервиса. |
| ИД-ОПК-4.2  Использование методов продвижения и продажи сервисного продукта |
| ИД-ОПК-4.3  Использование методов работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации |
| ПК-3  Способен применять методы прикладных исследований и участвовать в разработке инновационных решений при осуществлении сервисной деятельности. | ИД-ПК-3.1  Осуществление маркетинговых исследований рынка, потребителей, конкурентов (сбор и анализ информации о ценах на товары, работы, услуги) в сфере сервиса. |

Структура и содержание учебной дисциплины

* + - 1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по заочной форме обучения | 6 | **з.е.** | 216 | **час.** |