|  |
| --- |
| **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-4Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов. | ИД-ОПК-4.1Использование 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-4.2Использование методов продвижения и продажи сервисного продукта |
| ИД-ОПК-4.3Использование методов работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации |
| ПК-3Способен применять методы прикладных исследований и участвовать в разработке инновационных решений при осуществлении сервисной деятельности. | ИД-ПК-3.1Осуществление 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.** |