

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.09.2023 15:48:43
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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
Форма обучения	очная

Учебная дисциплина «Маркетинг» изучается во втором семестре.
Курсовая работа – не предусмотрена.

3.1. Форма промежуточной аттестации:

второй семестр – экзамен.

3.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части программы.
Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Основы профессиональной деятельности;
- Основы экономической теории;
- Менеджмент.

Результаты обучения по учебной дисциплине «Маркетинг», используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Мониторинг рынка товаров и услуг;
- Организация выставочно-рекламной деятельности;
- Поведение потребителей;
- Выставочный менеджмент;
- Управление проектами.

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

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 исследований	- Использует основные виды маркетинговых исследований в профессиональной деятельности
	ИД-ОПК-4.2 Использование методов работы с первичными и вторичными источниками информации	- Использует методы работы с первичными и вторичными источниками информации при проведении маркетинговых исследований
	ИД-ОПК-4.3 Использование современных методов продвижения и продажи сервисного продукта	- Использует современные методы продвижения и продажи сервисного продукта

Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	4	з.е.	144	час.
-------------------------	---	------	-----	------