

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» – изучение и закрепление знаний теоретических и методических основ организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности: в промышленном производстве, агробизнесе, торговле, банковском деле, сфере услуг.

Задачи изучения дисциплины:

- ознакомиться с сущностью и целями маркетинга в промышленности;
- рассмотреть маркетинговую деятельность в сельском хозяйстве (агробизнесе);
- изучить основы маркетинга в торговле;
- исследовать маркетинговую деятельность в банковском деле;
- проанализировать место маркетинга в сфере услуг;
- овладеть навыками применения инструментов маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ПК-2 Способен проводить маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ</p>	<p>ИПК 2.1. Имеет представление о методике проведения маркетинговых исследований. ИПК 2.2. Проводит исследования поведения конкурентов и спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК 2.3. Проводит исследования и организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p>	<p>Знать: понятие и элементы комплекса маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности. Уметь: проводить маркетинговые исследования рыночной деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности, поведения конкурентов и спроса, используя возможности информационно-коммуникационной сети «Интернет» и СМИ. Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований об узнаваемости продвигаемой продукции и поведении потребителей на промышленных и сельскохозяйственных рынках, в торговле и сфере услуг в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ</p>
<p>ПК-3</p>	<p>ИПК 3.1</p>	<p>Знать: принципы подбора каналов продвижения продукции в</p>

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Способен проводить подбор каналов и разрабатывать систему показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Имеет представление о принципах подбора каналов продвижения и разработки системы показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК 3.2 Анализирует соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации	информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Уметь: проводить подбор каналов продвижения продукции и услуг в соответствии с маркетинговой стратегией организации, разрабатывать систему показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Владеть: навыками подбора каналов продвижения продукции и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», разработки системы показателей их эффективности.

Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Маркетинг в промышленности
Тема 2. Маркетинг в агропромышленном комплексе
Тема 3. Маркетинг в торговле
Тема 4. Банковский маркетинг
Тема 5. Маркетинг в сфере образовательных услуг
Тема 6. Маркетинг медицинских услуг
Тема 7. Подбор каналов продвижения продукции и услуг

Форма контроля – зачет с оценкой.