

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.14 МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Название кафедры: «Менеджмент организации и управление инновациями»

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»: заключается в формирование системного представления о целях и задачах, связанных с реализацией маркетинговой концепции на предприятиях и организациях различных отраслей народного хозяйства.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение особенностей маркетинговой деятельности в сфере промышленного маркетинга, сфере услуг;
- формирование навыков проведения маркетингового анализа, разработки товарной, ценовой, распределительной, коммуникационной стратегии, оценки конкурентоспособности применительно к предприятиям и организациям различных отраслей и сфер деятельности.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана:

Учебная дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является одной из дисциплин направления подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль "Маркетинг", читается по очной форме обучения: на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных студентами из дисциплин: «Маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговая логистика», «Основы отраслевых технологий».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

- ПКВ-1 «Умением рассчитывать нормативы материально-производственных запасов в подразделении»;
- ПКВ-4 «Способностью организовать перевозки товаров с помощью различных видов транспорта».

В результате изучения учебной дисциплины «Аналитические методы в маркетинге» студенты должны:

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- специфику маркетинговой среды организаций различных отраслей и сфер деятельности;
- особенности комплекса маркетинга для предприятий различных сфер деятельности;
- показатели оценки норматива материально-производственных запасов;
- основные методические подходы и принципы организации перевозки товаров с помощью различных видов транспорта.

уметь:

- проводить оценку привлекательности отрасли, оценивать уровень внутриотраслевой конкуренции;
- выявлять особенности потребительского поведения относительно товаров и услуг предприятий различных отраслей экономики;
- оценивать материально-производственных запасы;
- систематизировать информацию по использованию различных видов транспорта при организации перевозки товаров.

владеть:

- навыками сегментации рынка для организаций различных отраслей и сфер деятельности;
- навыками организации перевозки товаров различными видами транспорта;
- навыками расчета материально-производственных запасов.

3. Общий объем дисциплины: 3_з.е. (108_час)**5. Дополнительная информация:**

- выполнение контрольной работы (2шт);
- материально-техническое обеспечение учебной дисциплины предполагает наличие учебной аудитории, доступ к Интернет-ресурсам, наличие учебной и дополнительной литературы, периодических изданий.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: Контроль знаний предполагает прием зачета.

