

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины

Б1.В.ОД.17 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

(наименование дисциплины)

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является дать знания принципиального характера по использованию маркетинга в различных отраслях коммерческой деятельности. Особое внимание уделить целям, задачам, инструментам и специфике практического применения маркетинга для достижения коммерческих успехов предприятий и организации в различных отраслях и сферах деятельности на основе эффективного использования их потенциалов в условиях конкурентной среды с ориентацией на потребителей.

Задачи изучения курса:

- формирование представления о содержании маркетинга применительно к специфике конкретной отрасли или сферы деятельности с учетом интересов потребителей товаров и услуг;
- формирование знаний об особенностях применения инструментария маркетинга в различных отраслях;
- выработка системного подхода к анализу направлений развития современных сфер и отраслей экономики;
- формирование представления о проблемах функционирования маркетинга в конкретных областях экономики;
- использование информации о состоянии отдельных сфер и отраслей экономики для принятия соответствующих управленческих решений и оценки их эффективности.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ОД.17 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» относится к блоку 1 вариативной части обязательных дисциплин программы.

Основные дидактические единицы (разделы):

1. Основы теории маркетинга
- Раздел 1. Маркетинг в отраслях производственной сферы
2. Маркетинг в промышленности
3. Маркетинг в агробизнесе
4. Строительный маркетинг
- Раздел 2. Маркетинг в отраслях непромышленной сферы
5. Маркетинг на рынке средств производства
6. Маркетинг в торговле
- Раздел 3. Маркетинг в сфере услуг
7. Маркетинг в сфере услуг
8. Маркетинг в рекламном бизнесе
9. Паблик Рилейшнз в системе маркетинга
10. Брэндинг
11. Маркетинг образовательных услуг
12. Банковский маркетинг
13. Маркетинг в страховом бизнесе
14. Маркетинг в страховом бизнесе
15. Маркетинг туристического предприятия
16. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности

Компетенция(и) обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

- а) общекультурные (ОК):
- б) профессиональные (ПК):
- в) профессиональные дополнительные (ПКД):

ПКД-7 - владением маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, международном маркетинге, маркетинге некоммерческих организаций, маркетинге услуг и различных сфер деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Пороговый уровень

Знать:

- основные роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- маркетинговые технологии управления;
- особенности маркетинговых технологий управления в различных отраслях и сферах деятельности.

Уметь:

- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональной функций;
- анализировать внешнюю и внутреннюю, микро- и макросреду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию.

Владеть (иметь опыт деятельности):

- маркетинговыми технологиями управления в различных отраслях и сферах деятельности.

Продвинутый уровень

Знать:

- основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;
- теоретические аспекты и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации.

Уметь:

- последовательно разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность;
- самостоятельно разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации.

Владеть (иметь опыт деятельности):

- владением особенностями применения маркетинговыми технологиями управления в промышленном маркетинге, международном маркетинге, маркетинге некоммерческих организаций, маркетинге услуг и различных сфер деятельности.

Разработчик

Ученая степень, должность

к.э.н., доцент Борисова С.Г.