

## ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

### АННОТАЦИЯ

#### К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-28 01 02 – Электронный маркетинг

	Форма получения высшего образования		
	Очная (дневная)	Заочная	Заочная сокращенная
Курс	4	5	4
Семестр	7	9	7
Лекции, часы	28	8	8
Практические занятия, часы	14	4	4
Зачет, семестр	7	9	7
Аудиторных часов по учебной дисциплине	42	12	12
Самостоятельная работа, часы	48	78	78
Всего часов / зач. ед.	90 / 2,5	90 / 2,5	90 / 2,5

**1. Краткое содержание учебной дисциплины:** Содержание и особенности промышленного маркетинга на рынке продукции производственно-технического (промышленного) назначения Процесс совершения закупок компаниями и организациями продукции производственно-технического назначения Маркетинговая программа компании – производителя продукции производственно-технического назначения Промышленный маркетинг в отраслях производства продукции индивидуального потребления Маркетинг компаний оптовой торговли Маркетинг компаний розничной торговли Маркетинг в агропромышленном комплексе. Интернет-маркетинг Персональный бренд-маркетинг Специфика маркетинга в сфере услуг Маркетинговая программа компании (организации), работающей в сфере услуг Особенности маркетинговой деятельности компаний и организаций, работающих в отраслях услуг

**2. Результаты обучения:** обучающийся должен **знать:** – особенности маркетинговой деятельности компаний, работающих в основных отраслях национальной экономики; – порядок разработки и реализации компаниями маркетинговых программ, направленных на рост эффективности использования привлекаемых экономических ресурсов и повышение уровня конкурентоспособности как самих компаний и выпускаемой ими продукции, так и соответствующей отрасли и национальной экономики в целом; – основные принципы разработки и принятия стратегических решений в рамках утвержденных руководством компаний политик в отношении продукции, ее цен и системы распределения на целевых рынках, а также комплекса маркетинговых коммуникаций с учетом отраслевой специфики; **уметь:** – проводить анализ и оценку сложившейся ситуации и тенденций развития отраслей национальной экономики; – разрабатывать основные положения маркетинговых программ и стратегий конкурентного поведения для компаний, работающих в различных отраслях национальной экономики; **владеть:** – методами маркетингового анализа (в том числе и стратегического); – методиками оценки рыночной конкурентоспособности компаний и выпускаемой ими продукции с учетом специфики отраслей; – приемами выявления причинно-следственных связей маркетинговых и экономических процессов, проходящих на рынках продукции, в отраслях экономики и в национальной экономике в целом.

**3. Формируемые компетенции:** АК-1 - уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач; АК-2 - владеть системным и сравнительным анализом; АК -3 - владеть исследовательскими навыками; АК-4- уметь работать самостоятельно; АК-5- быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью); АК-6 - владеть междисциплинарным подходом при решении проблем; АК-8- обладать навыками устной и письменной коммуникации; АК-9 - уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни. АК-10 - использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности; АК-13 - ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики. АК-14 - на научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности; СЛК-1 - обладать качествами гражданственности; СЛК-2- быть способным к социальному взаимодействию; СЛК-3- обладать способностью к межличностным коммуникациям; СЛК-5 - быть способным к критике и самокритике; СЛК-6 - уметь работать в команде; ПК-8 - разрабатывать стратегию маркетинга (определение рынка и его сегментирование, выбор целевых сегментов, позиционирование и разработка комплекса маркетинга).

#### 4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Используется модульно-рейтинговая система. Промежуточная аттестация: Опрос. Текущая аттестация: зачет.