

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»
по направлению 38.03.02 «Менеджмент»**

1. Цели и задачи дисциплины

Цели освоения дисциплины:

Углубленное изучение теоретических основ и методических аспектов маркетинга в различных отраслях деятельности организаций в РФ и зарубежом, понимание его сущности, основных задач и тенденций развития, а также возможностей практического использования теоретических знаний при организации и планировании процесса маркетинга в современных экономических условиях. При изучении практических аспектов маркетинга особое внимание уделяется углубленному изучению подходов к организации процесса управления маркетингом на предприятиях различных сфер и видов деятельности, к элементам комплекса маркетинга в различных отраслях, изучению положительного опыта реализации маркетинговой деятельности в организациях.

Задачи освоения дисциплины:

- получение представления о сущности маркетингового подхода в управлении предприятий различных видов и сфер деятельности, о содержании концепции маркетинга в России и зарубежом;
- получение знаний и развитие навыков по сбору комплекса маркетинговой информации предприятиями различных сфер деятельности и отраслей;
- получение представления о принципах формирования маркетинговой инфраструктуры современных предприятий по отраслям и т.д.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б.1.В.ДВ.8 «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» читается на 4 курсе в 8-ом семестре, входит в вариативную часть дисциплин учебного плана.

Освоение курса «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего по курсам: «Маркетинг», «Стратегический менеджмент», «Экономика предпринимательства», «Инвестиционный анализ».

Дисциплина «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» является предшествующей преддипломной практике и государственной итоговой аттестации.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3),
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4),
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9),

- навыки разработки и реализации комплекса маркетинговых мероприятий с учетом отраслевых особенностей развития рынков и тенденций мировой производственной и торговой сфер деятельности (ПКП-13).

В результате освоения дисциплины студенты должны:

Иметь представление:

- о специфике практического применения маркетинговых приемов и методов в различных областях коммерческой деятельности;

Знать:

- особенности разработки и реализации продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в различных отраслях и сферах деятельности;

Уметь:

- уметь сегментировать рынки разных отраслей и сфер деятельности,

Приобрести навыки:

- разработки маркетинговых программ с учетом отраслевых особенностей в различных сферах деятельности;

Владеть:

-инструментами получения, систематизации и анализа маркетинговой информации с учетом отраслевых особенностей в различных сферах деятельности.

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часов).

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, семинарские занятия с использованием активных и интерактивных форм и др.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: компьютеризированные тесты, использование Интернет-ресурсов и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: контрольная работа, тестирование, написание рецензий на статьи в научных журналах по направлению, подготовка устных сообщений.

По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности: экзамен.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.