

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»  
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»**

**1. Цель дисциплины:**

формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков для эффективного управления маркетинговой деятельностью предприятий различных отраслей промышленности и сферы услуг.

Изучается в 6 семестре (очная форма), 9 семестре (заочная форма).

**Задачи дисциплины:**

- рассмотреть сущность важнейших понятий, лежащих в основе различных отраслей и сфер деятельности;
- определить логическую связь ключевых понятий, образующих ядро маркетинга в отраслях и сферах деятельности;
- исследовать процессы, происходящие в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности с целью их организованного использования в будущем;
- изучить теоретические основы и научиться практически использовать принципы и методы разработки и проведения маркетинговых мероприятий в различных отраслях и сферах деятельности.

**2. Место дисциплины в структуре ОП.** Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Маркетинг», «Основы бизнеса», «Управление маркетингом», «Управление продажами», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Стратегический маркетинг».

**3. Требования к результатам освоения дисциплины.**

Способность выявлять и реализовывать предпринимательские возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (**ПКН-12**).

Владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (**ПКП-1**).

Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (**ПКП-2**).

Способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами  
корректировку планов маркетинга (**ПКП-5**).

В результате изучения дисциплины студент должен

**знать:**

- роль маркетинга в организации работы в различных отраслях и сферах деятельности;
- понятие и функции маркетинга в отраслях и сферах деятельности;
- особенности проведения маркетинговых исследований в различных отраслях и сферах деятельности;
- особенности сегментации в различных отраслях и сферах деятельности;

- характеристику рынков, факторы внешней и внутренней среды, характеристику конкурентов, потребителей в различных отраслях и сферах деятельности;
- основные маркетинговые стратегии в различных отраслях и сферах деятельности.

**уметь:**

- давать определения к основным понятиям курса;
- характеризовать с точки зрения маркетинга основные отрасли и сферы деятельности;
- выделять особенности маркетинговых исследований в различных отраслях и сферах деятельности;
- определять, какие факторы повлияли на состояние в той или иной сфере деятельности;

**владеть:**

- навыками анализа рынков в различных отраслях и сферах деятельности;
- методами выявления ключевых факторов внешней и внутренней среды в различных отраслях и сферах деятельности;
- способами проведения маркетинговых исследований в различных отраслях и сферах деятельности;
- навыками сегментирования рынка в различных отраслях и сферах деятельности;
- приемами разработки маркетинговой стратегии в отраслях и сферах деятельности.

**Распределение времени по видам занятий**

**Очная форма:**

Объем часов аудиторных занятий 72 час.

Лекции 36 час.

Семинарские и практические занятия 36 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 108 час.

В т.ч. домашнее творческое задание.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 180 часа (5 з.е.).

**Заочная форма:**

Объем часов аудиторных занятий 24 час.

Лекции 8 час.

Семинарские и практические занятия 16 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 156 час.

В т.ч. домашнее творческое задание.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 180 часов (5 з.е.).