

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.05.2024 13:10:38  
Уникальный программный ключ:  
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2740874f9

## АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Маркетинг

для направления подготовки

43.03.01 Сервис,

**направленность (профиль): «Сервис в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве»**

**Уровень бакалавриата**

**Квалификация выпускника**

**Бакалавр**

### ***1.1. Цель и задачи дисциплины***

Цель учебной дисциплины заключается в формировании у обучающихся представлений о маркетинге как о науке, помогающей, правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей; приобретение умений и навыков применения приемов маркетинга для исследования поведения участников рынка.

Задачи учебной дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- усвоить основные задачи маркетинга, их адекватность реальным социально-политическим условиям;
- сформировать представление о товаре, ценообразовании, выборе канала распределения, формировании коммуникационной политики предприятия на основе знания экономической теории.
- приобрести навыки сбора необходимой информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия маркетинговых решений.

### ***1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.***

Дисциплина является обязательным элементом обязательной части Блока 1 образовательной программы.

### ***1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.***

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-9, ОПК-4, ПКО-1.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенций
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики
		УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели

		УК-9.3. Владеет навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования рынка услуг, мотивацию потребителей и конкурентов
		ОПК-4.2. Организует продвижение и продажи сервисного продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий.
		ОПК-4.3. Формирует специализированные каналы сбыта сервисных продуктов и услуг
ПКО-1	Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя	ПКО-1.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности
		ПКО-1.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений
		ПКО-1.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений

#### 1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **5** зачетных единиц.

##### *Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		3
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>60</b>	
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	28	
Практические занятия	32	
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>111</b>	
В том числе:		
Реферат/доклад	20	
Самоподготовка, практические задания	61	
Тестирование	30	
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>9</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>180</b>	<b>180</b>

##### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>32</b>	
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	16	

Практические занятия	16	
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>139</b>	
В том числе:		
Реферат/доклад	20	
Самоподготовка, практические задания	89	
Тестирование	30	
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>9</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>180</b>	<b>180</b>

#### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>16</b>	
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	6	
Практические занятия	10	
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>155</b>	
В том числе:		
Реферат/доклад	20	
Самоподготовка, практические задания	105	
Тестирование	30	
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>9</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>180</b>	<b>180</b>

#### 1.5. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1. Место маркетинга в экономике
2	Тема 2. Маркетинговые стратегии и стратегические модели. Маркетинговая среда
3	Тема 3. Прогнозирование в маркетинге. Анализ потребителей и профессиональных покупателей
4	Тема 4. Сегментирование рынка. Анализ конкуренции на рынке. Товар в системе маркетинга. Каналы распределения
5	Тема 5. Маркетинговые коммуникации. Международный и электронный маркетинг