

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.07.2025 14:24:42
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
Аудиторные учебные занятия, всего	60	
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	28	
Практические занятия	32	
Самостоятельная работа обучающихся, всего	111	
В том числе:		
Реферат/доклад	20	
Самоподготовка, практические задания	61	
Тестирование	30	
Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)	9	Экзамен
Общая трудоемкость учебной дисциплины	180	180

Очно-заочная форма обучения

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

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

Заочная форма обучения

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

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