

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**Цель и задачи дисциплины (модуля)**

**Цель дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»** – изучение и закрепление знаний теоретических и методических основ организации маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности: в промышленном производстве, агробизнесе, торговле, банковском деле, сфере услуг.

**Задачи изучения дисциплины:**

- ознакомиться с сущностью и целями маркетинга в промышленности;
- рассмотреть маркетинговую деятельность в сельском хозяйстве (агробизнесе);
- изучить основы маркетинга в торговле;
- исследовать маркетинговую деятельность в банковском деле;
- проанализировать место маркетинга в сфере услуг;
- овладеть навыками применения инструментов маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),  
соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной  
образовательной программы**

<b>Код и наименование компетенции(ий) выпускника</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<b>ПК-2</b> Способен проводить маркетинговых исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ	ИПК 2.1. Имеет представление о методике проведения маркетинговых исследований. ИПК 2.2. Проводит исследования поведения конкурентов и спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК 2.3. Проводит исследования и организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	<b>Знать:</b> понятие и элементы комплекса маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности. <b>Уметь:</b> проводить маркетинговые исследования рыночной деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности, поведения конкурентов и спроса, используя возможности информационно-коммуникационной сети «Интернет» и СМИ. <b>Владеть:</b> навыками проведения маркетинговых исследований об узнаваемости продвигаемой продукции и поведении потребителей на промышленных и сельскохозяйственных рынках, в торговле и сфере услуг в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ
<b>ПК-3</b>	ИПК 3.1	<b>Знать:</b> принципы подбора каналов продвижения продукции в

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Способен проводить подбор каналов и разрабатывать систему показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Имеет представление о принципах подбора каналов продвижения и разработки системы показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ИПК 3.2 Анализирует соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации	информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» <b>Уметь:</b> проводить подбор каналов продвижения продукции и услуг в соответствии с маркетинговой стратегией организации, разрабатывать систему показателей их эффективности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» <b>Владеть:</b> навыками подбора каналов продвижения продукции и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», разработки системы показателей их эффективности.

#### Содержание дисциплины (модуля)

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Маркетинг в промышленности
Тема 2. Маркетинг в агропромышленном комплексе
Тема 3. Маркетинг в торговле
Тема 4. Банковский маркетинг
Тема 5. Маркетинг в сфере образовательных услуг
Тема 6. Маркетинг медицинских услуг

**Форма контроля** – зачет с оценкой.