

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ "МАРКЕТИНГ" ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 43.02.11 "ГОСТИНИЧНЫЙ СЕРВИС"

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальностям СПО: 43.02.11 «Гостиничный сервис», 38.02.01 «Экономика и бухучет».

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный цикл как общепрофессиональная дисциплина

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Цели преподавания дисциплины: Получение обучающимися специальных знаний и представлений, необходимых для анализа и исследования рынка.

Основные задачи курса:

Обеспечить обучающихся необходимыми знаниями для формирования у будущих специалистов теоретических знаний и умений решать ситуации по формированию ассортимента товаров, выбора стратегии ценообразования, каналов сбыта, проведению маркетинговых исследований. В условиях становления современных рыночных отношений меняется не только характер экономической деятельности организаций, но и методы управления ими.

Способствовать развитию у обучающихся, а в будущем – практиков аналитического восприятия организации как хозяйствующего элемента в многогранной внешней среде.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся **должен уметь:**

- ✓ принимать решение о выборе каналов сбыта и оценивать эффективность сбытовой политики.
 - ✓ собирать информацию о ценах и анализировать ценовую политику организации.
 - ✓ определять этап «жизненного цикла» товара и разрабатывать маркетинговые мероприятия по продлению «жизненного цикла товара».
- анализировать факторы поведения покупателей.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся **должен знать**:

- ✓ структуру маркетинговой деятельности;
- ✓ Сегментирование рынка.
- ✓ этапы процесса принятия решения о покупке;
- ✓ виды спроса и их характеристика, отличительные особенности понятий: потребность, спрос, нужда.
- ✓ составляющие комплекса продвижения товаров, их характеристику;
- ✓ критерии выбора средств продвижения;

Самостоятельная работа обучающихся направлена:

на глубокое изучение дисциплины по дополнительной литературе и периодическим изданиям, итогом которой является написание рефератов или выступление с докладами на практических занятиях, научных семинарах и тренингах;
изучение отдельных вопросов дисциплины, рассматриваемых на лекциях кратко.