

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг и рекламная деятельность торговых предприятий»
специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров»

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС
СПО по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров»

1. Место дисциплины в структуре

Дисциплина относится к циклу общепрофессиональных дисциплин ОП.12 ФГОС СПО.

2. Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Уметь:

- выявлять и удовлетворять требования потребителей товара;
- анализировать и оценивать рыночную ситуацию;
- определять возможности предприятия и уметь их адаптировать к требованиям рынка.

Знать:

- современные тенденции развития рынка;
- основные принципы и функции маркетинга на предприятии;
- особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия;
- методы и способы продвижения товара/услуг;
- методы маркетинговых исследований;
- коммуникационную политику предприятия;
- особенности организации маркетинга на предприятии;

3. Формируемые компетенции

ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК-1.1; ПК-1.4.

4. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий)

Раздел 1. Маркетинговая деятельность торговых предприятий

Тема 1. Понятие и сущность маркетинга

Тема 2. Маркетинговые исследования рынка

Раздел 2. Товар и услуга в маркетинге

Тема 2.1. Жизненный цикл товара

Тема 2.2. Ценовая политика предприятия

Раздел 3. Маркетинговые коммуникации продвижения товара

Тема 3.1. Рекламная деятельность торговых предприятий

5. Объем дисциплины: 58 (в том числе ауд.– 40, см. р. – 16, конс. - 2).

6. Форма промежуточного контроля: дифференцированный зачет

7. Семестр: 4

Разработчик:

Преподаватель техникума ПИ (ф) РЭУ им. Г.В. Плеханова Барабанова А.В.