

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Технология продуктов общественного питания

Общий объем дисциплины – 2 з.е. (72 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Маркетинг» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения заочная. Семестр 7.

1. Основные понятия маркетинга и система маркетинговых исследований. Возникновение маркетинга. Роль маркетинга в управлении предприятием. Этапы развития (концепции) маркетинга. Сущность маркетинга. Принципы маркетинга. Характеристика функций и задач маркетинга на предприятии.

Содержание, направления и задачи маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Методы сбора информации..

2. Товародвижение. Создание комплекса маркетинговых коммуникаций.. Понятие каналов распределения товаров. Функции канала распределения. Уровни канала. Типы посредников. Отбор участников канала, система мотивации участников оценка деятельности участников.

Цели коммуникаций. Создание обращения. Выбор каналов коммуникаций. Разработки коммуникативного бюджета. Оценка результатов продвижения..

Разработал:

доцент

кафедры М

Проверил:

Директор ИЭиУ

Т.М. Берлова

И.Н. Сычева