

Аннотация

профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Целью освоения дисциплины «Прикладной маркетинг» является дополнение полученных на курсе «Маркетинг» теоретических знаний изучением возможностей практического их использования в основных сферах человеческой деятельности и сформировать цельную систему маркетинговой составляющей управления, обеспечивающую достижение предприятием (организацией, фирмой, субъектом) поставленных целей.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- ознакомление со специфическими особенностями использования маркетинга в отдельных отраслях, способов повышения конкурентоспособности и выживаемости фирм;
- определение положения предприятия в рыночном пространстве с использованием ситуационного анализа, оценка взаимодействия внешней и внутренней среды;
- приобретение навыков использования маркетинговых стратегий, моделей потребительского поведения, управления маркетинговой деятельностью в отраслевых сферах.

Предметом дисциплины «Прикладной маркетинг» является маркетинговая деятельность, обеспечивающая принятие практических решений в области создания и продвижения товаров и услуг.

Основные блоки и темы дисциплины: Особенности прикладного маркетинга. Специфика анализа развития отраслевых рынков. Маркетинг на потребительском рынке. Промышленный маркетинг. Маркетинг в сфере услуг. Банковский маркетинг. Маркетинг в информационной сфере.

Учебная дисциплина «Прикладной маркетинг» входит в перечень дисциплин по выбору учебного плана блока 1 части, формируемой участниками образовательных отношений.

В результате освоения дисциплины «Прикладной маркетинг» у обучающегося формируются следующие компетенции:

ПКУВ-6 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

Индикаторы достижения компетенции:

ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта

ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий по продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний;

знать:

- концепции прикладного маркетинга (ПКУВ-6);
- особенности и методы прикладного маркетинга (ПКУВ-6);
- принципы организации отраслевого и регионального маркетинга (ПКУВ-6).

уметь:

- ориентироваться на рынке маркетинговой информации (ПКУВ-6);
- осуществить анализ рыночных параметров (ПКУВ-6);
- разрабатывать стратегии маркетинга на отраслевом и региональном уровнях (ПКУВ-6);

- применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования (ПКУВ-6).

владеть:

- навыками определения оптимальных целей для успешной деятельности на рынке (ПКУВ-6);

- навыками организации сбытовой и торговой деятельности на отраслевых рынках (ПКУВ-6);

- навыками организации сбытовой и торговой деятельности на региональных рынках (ПКУВ-6);

- навыками организации службы маркетинга промышленных предприятий, торговых организаций, на фирмах малого и крупного бизнеса (ПКУВ-6);

- навыками разработка коммуникационной политики на отраслевых и региональных рынках (ПКУВ-6).

Дисциплина «Прикладной маркетинг» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научной литературой и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Разработчик

доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма

Зав. выпускающей кафедрой



А.Ханахок

А.Р.Кумпилова