

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.1.ДВ.01.01 Маркетинг образовательных услуг»
(код и наименование дисциплины)

Направление

подготовки/специальность 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями)
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Объем трудоемкости: 3 з.е.

Цель дисциплины: сформировать у слушателей целостное представление об основных теориях, концепциях и ключевых проблемах теории и практики маркетинга. Научить студентов управлять маркетинговой деятельностью предприятия на основе маркетинговой информации, которая позволит выявить, куда выгоднее всего вложить капитал, где основать новое предприятие, каким его сделать, что хотят иметь потребители, какую цену готовы заплатить, в каких регионах испытывают наибольший спрос на этот товар.

Задачи дисциплины:

- изучить эффективные методы маркетинговых исследований, уметь принимать решения по результатам исследований;
- изучить условия функционирования предприятий, уметь выявить его конкурентные преимущества;
- изучить и уметь осуществлять ситуационный анализ, на основании которого разрабатываются стратегии маркетинговой деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО Дисциплина «Маркетинг образовательных услуг» (Б1.В.1.ДВ.01.01) относится к Модулю «Методический» учебного плана. Для освоения данной дисциплины необходимы знания средней школы по обществознанию, а также знания гуманитарного, общепрофессионального, естественнонаучного и профильного блока обучения. Дисциплина Б1.В.1.ДВ.01.01 является основой для изучения дисциплин естественнонаучного и профессионального циклов, таких как: «Экономические отношения в системе образования и культуры», «Технологии и методики обучения в образовательной области «Экономика» и др.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: *ПК-6*.

Основные разделы дисциплины: Раздел 1 «Понятие и сущность маркетинга. Информационное обеспечение маркетинга. Стратегия и система маркетинга», Раздел 2 «Товар и товарная политика в маркетинге. Особенности ценообразования в маркетинге. Продвижение продукции», Раздел 3 «Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия. Маркетинговые коммуникации. Международный маркетинг».

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Авторы: к.э.н., доцент Шер М.Л., преподаватель Юрченко Т.В.