

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы дисциплины**  
**Б1.О.18 МАРКЕТИНГ И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ**

**Направление подготовки 43.03.01 Сервис.**

**Объем трудоемкости:** 6 зачетных единиц.

**Цель дисциплины:** освоение дисциплины «Маркетинг и интернет-маркетинг» нацелено на формирование у студентов базовых понятий, теоретических и практических знаний и принципов современной системы маркетинга и интернет-маркетинга в сфере сервиса, знакомство с основными правилами и законами маркетинга в индустрии сервиса, разделами маркетинга, спецификой интернет-маркетинга, маркетинговой политики в сфере сервиса и конгрессно-выставочной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

- получение обучающимися знаний по истории маркетинга, структуре и средствах современной маркетинговой деятельности;
- формирование у обучающихся знаний о маркетинговой среде, политике в области сбыта, ценообразования и продвижения;
- формирование у обучающихся знаний о специфике и особенностях интернет-маркетинга;
- получение обучающимися знаний об организации и управления комплексом маркетинга;
- формирование у обучающихся знания о системе маркетинговой информации и методах исследования потребительского спроса на рынке.

**Место дисциплины в структуре ООП ВО.**

Дисциплина «Маркетинг и интернет-маркетинг» относится к обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули). Актуальность включения дисциплины «Маркетинг и интернет-маркетинг» в учебный план вызвана интенсивным развитием и обновлением структуры российской экономики. Наступило время рынка потребителя и удовлетворения его спроса. Знание теоретических основ маркетинга и специфику интернет-маркетинга позволяют специалистам-маркетологам стимулировать сбыт услуг в сфере сервиса путем продвижения. Изучать, формировать и прогнозировать спрос, разрабатывать и анализировать сбытовую и ценовую политику.

Изучение дисциплины базируется на освоении следующих курсов: «Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных», «Внутрикорпоративные информационные системы», «Информационные сети и базы данных в конгрессно-выставочной деятельности», «Методы ведения деловых переговоров и публичных выступлений».

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций: **ОПК-1** способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса; **ОПК-4** способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов.

**Основные разделы дисциплины:** развитие теории и практики маркетинга, современная концепция маркетинга: социальная ответственность этика маркетинга; маркетинговые исследования и система маркетинговой информации; сегментирование и позиционирование, стратегический маркетинг: внутренняя и внешняя маркетинговая

среда; маркетинг взаимоотношений: модели покупательского поведения; маркетинг-микс: стратегии ценообразования в комплексе маркетинга; каналы распределения и продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций, специфика и особенности интернет-маркетинга; внутренний маркетинг: построение службы маркетинга; глобальный рынок: практика международного маркетинга.

**Курсовые работы:** По данной дисциплине предусмотрено написание курсовых работ.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен.

Автор РПД док. геогр. наук, доцент \_\_\_\_\_ М.Л. Некрасова