

СЕРТИФИКАТ

№ 02MARKET-0217-003

дата выдачи: 29.12.2017 г.

подтверждает, что

Потапова Анна Антоновна

успешно освоил(а) курс

МАРКЕТИНГ

3 зачетных единицы

Описание освоенного курса и достигнутых результатов обучения приведено в приложении к настоящему сертификату.

Электронная версия сертификата:

<http://open.spbstu.ru/certificate/02MARKET-0217-003.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина

Потапова Анна Антоновна

Идентификационный номер: 461370

САНКТ ПЕТЕРБУРГСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПЕТРА ВЕЛИКОГО
<http://www.spbstu.ru/>

КУРС: МАРКЕТИНГ
<https://openedu.ru/course/spbstu/MARKET/>

Период освоения курса:
с 15 ноября по 29 декабря 2017 г.

Оценка, количество часов и кредитов за курс:

| Зачетные единицы | Часы | | Оценка | | |
|------------------|-------|-------|--------------|------------|----------|
| | Общие | Акад. | 100-балльная | 5-балльная | Прописью |
| 3 | 81 | 108 | 77 | 4 | хорошо |

Шкала соответствия системы оценивания:

| Шкала оценивания | | |
|------------------|------------|---------------------|
| 100-балльная | 5-балльная | Прописью |
| 90-100 | 5 | отлично |
| 70-89 | 4 | хорошо |
| 50-69 | 3 | удовлетворительно |
| 0-49 | 2 | неудовлетворительно |

ПРОГРАММА КУРСА:

Введение.

Модуль 1. Маркетинговая среда

1. Введение в маркетинг.
2. Конкуренция

Модуль 2. Поведение потребителей

3. Поведение потребителей товаров широкого потребления
4. Поведение потребителей на организационных (деловых) рынках

Модуль 3. Маркетинговые исследования

5. Качественные маркетинговые исследования
6. Количественные маркетинговые исследования

Модуль 4. Маркетинговый комплекс

7. Ассортимент и номенклатура товаров и услуг предприятия
8. Разработка продукта
9. Брендинг
10. Дистрибуция
11. Ценообразования
12. Комплекс маркетинговых коммуникаций и реклама
13. Управление личными продажами
14. Стимулирование продаж и связи с общественностью

Модуль 5. Управление маркетингом

15. Управление маркетингом

Итоговая аттестация.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ:

знание и умение применять методы маркетинговых исследований потребителей и конкурентов, ценообразования, анализа ассортимента и разработки товаров, дистрибуции, маркетинговых коммуникаций и брендинга, управления маркетингом и оценки его эффективности.

НАПРАВЛЕННЫЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ:

- способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;
- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски;
- способность анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

СООТВЕТСТВУЮЩИХ ФГОС ВО СЛЕДУЮЩИХ НАПРАВЛЕНИЙ
ПОДГОТОВКИ:

38.00.00 Экономика и управление

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ (100 БАЛЛЬНАЯ)

| № | Наименование оценивающего мероприятия | Набранный балл | Максимальный балл | Коэффициент |
|---|---------------------------------------|----------------|-------------------|-------------|
| 1 | Промежуточный тест | 85 | 100 | 0,60 |
| 2 | Экзаменационный тест | 65 | 100 | 0,40 |
| | Итоговая оценка | 77 | 100 | 1 |

Приложение к сертификату №
02MARKET-0217-003
дата выдачи: 29.12.2017 г.



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина