

СЕРТИФИКАТ

№ 02MARKET-0218-003

дата выдачи: 01.02.2019 г.

подтверждает, что

Шишкина Виктория Станиславовна

успешно освоил(а) курс

МАРКЕТИНГ

4 зачетных единицы

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

Электронная версия сертификата:

<http://open.spbstu.ru/certificate/02MARKET-0218-003.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина

Шишкина Виктория Станиславовна

Идентификационный номер: 824026

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

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

Период освоения курса:
с 3 сентября 2018 г. по 31 января 2019 г.

Оценка, количество часов и кредитов за курс:

Зачетные единицы	Часы		Оценка		
	Общие	Акад.	100-балльная	5-балльная	Прописью
4	108	144	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	94	100	0,30
2	Практическое задание	83	100	0,30
3	Самостоятельная работа	98	100	0,08
4	Экзаменационный тест	52	100	0,32
	Итоговая оценка	77	100	1

Приложение к сертификату №
02MARKET-0218-003
дата выдачи: 01.02.2019 г.



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина