

СЕРТИФИКАТ

№ 02MARKET-0123-9

дата выдачи: 27.06.2023 г.

подтверждает, что

Пахомова Татьяна Юрьевна

успешно освоил(а) курс

МАРКЕТИНГ

4 зачетных единицы

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

Электронная версия сертификата:

<https://open.spbstu.ru/certificate/02MARKET-0123-9.pdf>



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина

Пахомова Татьяна Юрьевна

Идентификационный номер: 3466844

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

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

Период освоения курса:
С 6 февраля 2023 г. по 18 июня 2023 г.

Оценка, количество часов и зачетных единиц:

| Зачетные единицы | Часы | | Оценка | | |
|------------------|-------|-------|--------------|------------|----------|
| | Общие | Акад. | 100-балльная | 5-балльная | Прописью |
| 4 | 108 | 144 | 97 | 5 | отлично |

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 СЛЕДУЮЩЕГО НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ:

38.00.00 Экономика и управление

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ (100-БАЛЛЬНАЯ)

| № | Наименование оценивающего мероприятия | Набранный балл | Максимальный балл | Коэффициент |
|---|---------------------------------------|----------------|-------------------|-------------|
| 1 | Промежуточный тест | 99 | 100 | 0,30 |
| 2 | Практическое задание | 99 | 100 | 0,30 |
| 3 | Самостоятельная работа | 100 | 100 | 0,08 |
| 4 | Экзаменационный тест | 93 | 100 | 0,32 |
| 5 | Итоговая оценка | 97 | 100 | 1 |

Приложение к сертификату №
02MARKET-0123-9
дата выдачи: 27.06.2023 г.



проректор
по образовательной деятельности
Е. М. Разинкина