

## СЕРТИФИКАТ

№ 02MARKET-0219-4

дата выдачи: 08.02.2020 г.

подтверждает, что

# Шарапова Светлана Александровна

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-0219-4.pdf>



проректор  
по образовательной деятельности  
Е. М. Разинкина

# Шарапова Светлана Александровна

Идентификационный номер: 1571900

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

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

Период освоения курса:  
с 2 сентября 2019 г. по 8 февраля 2020 г.

Оценка, количество часов и кредитов за курс:

Зачетные единицы	Часы		Оценка		
	Общие	Акад.	100-балльная	5-балльная	Прописью
4	108	144	82	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 СЛЕДУЮЩЕГО НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ:**

38.00.00 Экономика и управление

## СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ (100-БАЛЛЬНАЯ)

№	Наименование оценивающего мероприятия	Набранный балл	Максимальный балл	Коэффициент
1	Промежуточный тест	89	100	0,30
2	Практическое задание	91	100	0,30
3	Самостоятельная работа	100	100	0,08
4	Экзаменационный тест	63	100	0,32
5	Итоговая оценка	82	100	1

Приложение к сертификату №  
02MARKET-0219-4  
дата выдачи: 08.02.2020 г.



проректор  
по образовательной деятельности  
Е. М. Разинкина