АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.ДВ.2.1 «СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКТОВ»

Направление подготовки – 38.03.02«Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль – "Маркетинг в цифровой среде"

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является приобретение знаний технологии сегментирования рынка, освоение практических методов сегментации рынка и разработки плана маркетинговых мероприятий, основанных на технологиях оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

изучение технологии сегментирования рынка;

изучение технологии позиционирования продуктов и компаний на различных сегментах рынка;

формирование умений выявлять факторы, определяющие потребительский спрос;

изучение технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| Компетенция | Индикатор компетенции |
| *ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ* | ПК-2.1.7. Знает технологии оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов |
| ПК-2.1.6. Знает технологии позиционирования продуктов и компаний |
| ПК-2.1.5. Знает технологии сегментирования рынка |
| ПК-6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-6.1.3. Знает актуальную на момент исследования аналитическую информацию по демографии |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | ПК-1.1.2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации |
| ПК-1.2.5. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ |
| ПК-1.2.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа |

**4. Содержание и структура дисциплины**

1. Конкурентоспособность продуктов на рынке и ее оценка

2. Стратегическое планирование сегментов

3. Технологии сегментирования рынка

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 4 зачетных единицы (144 час.), в том числе:

лекции – 32 час.

практические занятия – 32 час.

самостоятельная работа – 76 час.

Форма контроля знаний - зачет