

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Б1.О.22 Маркетинг**

Цели и задачи дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов целостной системы экономического мышления и знаний в области маркетинга, представления о составе задач и решений, принимаемых в данной сфере, особенностях маркетинговой деятельности на российских и зарубежных рынках.

Задачи дисциплины:

- изучить теоретические вопросы, касающиеся современных форм и методов управления маркетингом на предприятии;
- освоить методологию и практику маркетинга;
- выявить основные тенденции, проблемы и закономерности развития экономики под воздействием факторов маркетинговой среды;
- изучить особенности товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной деятельности предприятия.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Маркетинг» относится к блоку обязательные дисциплины. Освоение дисциплины основывается на знаниях обучающихся, полученных ими в ходе изучения дисциплин «Микроэкономика», «Менеджмент», «Бухгалтерский учет» и других. Данная дисциплина необходима для успешного изучения дисциплин «Бизнес-планирование», «Логистика» и других, а также для прохождения преддипломной практики и Государственной итоговой аттестации.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Задача профессиональной деятельности	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Проведение анализа данных, необходимых для решения экономических задач	ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Демонстрирует понимание содержания и типов организационно-управленческих решений, использует принципы и методы их экономического и финансового обоснования в профессиональной деятельности ОПК-4.2 Осуществляет сбор, анализ и обработку данных, необходимых для экономического и финансового обоснования организационно-	Знать: – методы сбора, обработки и анализа данных – категориальный аппарат рыночной экономики, факторы маркетинговой (внутренней и макроэкономической) среды организации, характеристики и экономические основы поведения потребителей, политику формирования спроса и стимулирования сбыта. – предпосылки и условия осуществления предпринимательской деятельности на принципах маркетинга, формы организации и управления маркетингом. Уметь: – применять основные методы сбора, обработки и анализа дан-

		<p>управленческих решений в области профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4.3 Выполняет необходимые экономические и финансовые расчёты, оценивает обоснованность организационно-управленческих решений с учетом выбранных критериев</p>	<p>ных</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать воздействие факторов макроэкономической среды на функционирование организации, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; – оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сбора, обработки и анализа данных; – навыками исследования рынков и конкурентной среды отрасли, оценки эффективности маркетинга; – навыками исследования производственно-сбытовых и выявления новых рыночных возможностей предприятия.
--	--	--	--

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Структура дисциплины: Тема 1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга. Тема 2. Маркетинговая среда фирмы. Тема 3. Маркетинговые исследования. Тема 4. Разработка целевого рынка. Тема 5. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности. Тема 6. Товарная политика предприятия. Тема 7. Ценовая политика предприятия. Тема 8. Сбытовая политика предприятия. Тема 9. Коммуникационная политика предприятия. Тема 10. Маркетинговая организация.

Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации:

Код контролируемого индикатора освоения компетенции	Наименование оценочного средства для проведения текущей аттестации	Наименование оценочного средства для проведения промежуточной аттестации
ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	Вопросы для контроля знаний, задания для самостоятельной работы, дискуссия, практические задания, тестирование.	Зачет с оценкой