

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Б1.В.06 Маркетинг**

Цели и задачи дисциплины:

Целью освоения дисциплины 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 части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, и основывается на знаниях обучающихся, полученных ими в ходе изучения дисциплин предыдущих курсов: «Теория организации», «Экономика организаций», «Логистика», «Теория менеджмента» и других. Данная дисциплина необходима для успешного изучения дисциплин «Управление персоналом», «Управление рисками», «Организация производства» 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
Осуществление анализа, обоснование и выбор решений на основе разработанных целевых показателей	ПК-4 Способен осуществлять анализ, обоснование и выбор решений, в том числе финансовых, на основе разработанных целевых показателей	ПК-4.1 Осуществляет сбор, анализ и обработку данных, в том числе финансовых, необходимых для формирования возможных решений в области профессиональной деятельности ПК-4.2 Анализирует внутренние и внешние факторы и условия, влияющие на деятельность организации. ПК-4.3 Проводит оценку	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:

		<p>эффективности принятых решений с точки зрения выбранных критериев.</p>	<p>– применять основные методы сбора, обработки и анализа данных</p> <p>– оценивать воздействие факторов макроэкономической среды на функционирование организации, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</p> <p>– оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.</p> <p>Владеть:</p> <p>– навыками сбора, обработки и анализа данных;</p> <p>– навыками исследования рынков и конкурентной среды отрасли, оценки эффективности маркетинга;</p> <p>– навыками исследования производственно-сбытовых и выявления новых рыночных возможностей предприятия.</p>
--	--	---	--

Общая трудоемкость дисциплины: составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

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
ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	Вопросы для контроля знаний, задания для самостоятельной работы, дискуссия, практические задания, тестирование.	Экзамен