

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор: О.П. Заикина

Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.09.02 Маркетинг

Цель освоения дисциплины:

- формирование у будущих специалистов знаний о ведении маркетинговой деятельности и практических навыков по ее организации в области финансовой деятельности, бухгалтерского учета и управлении производством;
- предоставление обучающимся современной теории маркетинга и формирование умений ее практического использования;
- развитие способностей анализа практических ситуаций, постановки маркетинговых проблем и их решений.

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-13 - способностью принимать участие в формировании, организовывать и поддерживать выполнение комплекса мер по обеспечению информационной безопасности, управлять процессом их реализации	1 этап: основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;	1 этап: анализировать основные экономические ситуации, происходящие в национальной экономике и на конкретном производстве;	1 этап: навыками ориентации в особенностях рыночной экономики;
ПК-13 - способностью принимать участие в формировании, организовывать и поддерживать выполнение комплекса мер по обеспечению информационной безопасности, управлять процессом их реализации	2 этап: основы сбора и анализа исходных данных для расчета экономических показателей.	2 этап: собрать исходные данные для расчета показателей.	2 этап: современными методами сбора, обработки и анализа экономических показателей.

2. Содержание дисциплины:

Раздел 1 Основы маркетинга

Тема 1 Сущность, цели и задачи маркетинга.

Тема 2 Процесс управления маркетингом.

Раздел 2 Основные стратегии маркетинга.

Тема 3 Маркетинговая среда, средствами вычислительной техники и автоматизированными системами.

Тема 4 Рынок предприятий.

Тема 5 Сегментирование рынка.

Раздел 3 Сбытовая функция маркетинга.

Тема 6 Основы товарной политики.

Тема 7 Методы распространения товаров.

Тема 8 Продвижение товаров. Стратегия коммуникаций и стимулирования.

Раздел 4 Коммуникации, планирование и контроль.

Тема 9 Формы коммуникации в маркетинге.

Тема 10 Стратегия маркетинга, планирование и контроль.

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 3Е