

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор: Л.А.Тутаева

Наименование дисциплины: Б1.Б.06 Маркетинг

Цель освоения дисциплины: - формирование представления о роли маркетинга в экономическом развитии страны, региона, отрасли, конкретной фирмы;

- научить проводить комплексное исследование рынка (определение спроса, оценка конъюнктуры рынка); проведение сегментации потребителей, позиционирование товара, разрабатывать и внедрять медиаплан, прогнозировать ценовую и товарную политику на перспективу;

- дать навыки разработки маркетингового плана и систематического контроля его эффективной реализации.

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Этап 1: подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов Этап 2: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом.	Этап 1: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов. Этап 2: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социальной экономической эффективности с учетом рисков и	Этап 1: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта. Этап 2: участия в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных

		возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.	проектов и программ.
ПК-7 способностью разрабатывать и проводить мероприятия по увеличению различных производственных показателей животноводства	Этап 1: подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов Этап 2: показатели, характеризующие социально-экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом.	Этап 1: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обобщение выводов. Этап 2: разработка вариантов управленческих решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.	Этап 1: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта. Этап 2: участия в разработке проектных решений в области профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ.

2. Содержание дисциплины:

Тема 1. Маркетинг как система деятельности на рынке

Тема 2. Управление маркетингом

Тема 3. Товар, как элемент комплекса маркетинга

Тема 4. Сбытовой маркетинг

Раздел 2. Маркетинговая информация и маркетинговые возможности

Тема 5. Маркетинговая информация и исследования

Тема 6. Интегрированные маркетинговые коммуникации

Тема 7. Маркетинг в бизнес-планировании

Тема 8. Региональный маркетинг

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 4 ЗЕ