

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Автор:** Тутаева Л.А. к.э.н., ст. преподаватель

**Направление подготовки:** 38.03.01 Экономика

**Профиль образовательной программы:** Экономика предприятий (организаций)

**Наименование дисциплины:** Б1.Б.17 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.

### Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-4 - способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность.	Этап 1: законодательство и иные нормативно-правовые акты Российской Федерации, регулирующие финансовую, оценочную деятельность; 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 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.
ПК-1 - способностью собрать и проанализировать	Этап 1: показатели, характеризующие социально-	Этап 1: разработка вариантов управленческих	Этап 1: участия в разработке проектных решений в области

исходные данные, необходимые для расчёта экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	экономические процессы и явления на микро- и макро- уровне как в России, так и за рубежом; Этап 2: законодательство и иные нормативно-правовые акты Российской Федерации, регулирующие финансовую, оценочную деятельность.	решений, обоснование их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений; Этап 2: обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов.	профессиональной деятельности, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ; Этап 2: оперативное управление малыми коллективами и группами, сформированными для реализации конкретного экономического проекта.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### **Содержание дисциплины**

- Раздел 1. Сущность и значение маркетинга в деятельности предприятия. Комплекс маркетинга.
- 1.1 Маркетинг как система деятельности на рынке
  - 1.2 Рынок, как экономическая основа маркетинга. Маркетинговая среда.
  - 1.3 Управление маркетингом
  - 1.4 Организация маркетинговой деятельности
  - 1.5 Товар, как элемент комплекса маркетинга
  - 1.6 Сбытовой маркетинг
  - 1.7 Интегрированные маркетинговые коммуникации
  - 1.8 Цена и ценообразование в маркетинге
- Раздел 2. Маркетинговая информация и маркетинговые возможности
- 2.1 Маркетинговая информация и исследования
  - 2.2 Покупательское поведение потребителей и деловое покупательское поведение
  - 2.3 Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии
  - 2.4 Маркетинг в бизнес-планировании
  - 2.5 Международный маркетинг
  - 2.6 Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики России
  - 2.7 Региональный маркетинг.
  - 2.8 Организация и управление территориальным маркетингом

**Общая трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ**