

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**Автор** Кислякова М.Д.

**Наименование дисциплины:** Б1.Б.10 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
OK-3 -способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	1 этап: основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин; 2 этап: закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне;	1 этап: использовать источники экономической, социальной, управленческой информации 2 этап: анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей;	1 этап: навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений. 2 этап: современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро-макроуровне
ПК-9 -способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять	1 этап: основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки; 2 этап: методы построения эконометрических моделей объектов, явлений и	1 этап: использовать источники экономической, социальной, управленческой информации 2 этап: прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических	1 этап: навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений. 2 этап: современными методами сбора, обработки и

<p>и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>процессов.</p>	<p>моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений, на микро- и макроуровне.</p>	<p>анализа экономических и социальных данных;</p>
---	-------------------	--	---

## **2. Содержание дисциплины:**

### **Раздел 1 Сущность и значение маркетинга в деятельности предприятия. Реализация рыночных возможностей: комплекс маркетинга.**

Тема 1 Маркетинг как система деятельности на рынке.

Тема 2 Рынок, как экономическая основа маркетинга. Маркетинговая среда.

Тема 3 Управление маркетингом.

Тема 4 Организация маркетинговой деятельности.

Тема 5 Товар, как элемент комплекса маркетинга.

Тема 6 Сбытовой маркетинг.

Тема 7 Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Тема 8 Цена и ценообразование в маркетинге.

### **Раздел 2 Маркетинговая информация и маркетинговые возможности. Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности.**

Тема 9 Маркетинговая информация и исследования.

Тема 10 Покупательское поведение потребителей и деловое покупательское поведение.

Тема 11 Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии

Тема 12 Маркетинг в бизнес-планировании.

Тема 13 Международный маркетинг.

Тема 14 Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики России.

Тема 15 Региональный маркетинг.

Тема 16 Организация и управление территориальным маркетингом.

## **3. Общая трудоёмкость дисциплины: 4 ЗЕ.**