

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор Пустотина Г.Ф., профессор кафедры Коммерции и организации экономической деятельности

Наименование дисциплины: Б1.В.12 Маркетинг

Цель освоения дисциплины:

- приобретение студентами необходимой квалификации для понимания сущности маркетинга, его роли и места в деятельности предприятия, в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия, руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды.

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-2 – знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умения их на практике	Этап 1: - Основ кадрового планирования и контроллинга; основ маркетинга персонала Этап 2: - Методов разработки и реализации стратегии привлечения персонала	Этап 1: - Кадрового планирования и контроллинга; проведения маркетинга персонала Этап 2: - Разрабатывать и реализовывать стратегии привлечения персонала	Этап 1: - Основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала Этап 2: - Разработки и реализации стратегии привлечения персонала на практике
ПК-16 – владением навыками анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации в области подбора и привлечения персонала и умения применять их на практике	Этап 1: - Методов анализа и мониторинга конкурентоспособности Этап 2: - Стратегии организации в области подбора и привлечения персонала	Этап 1: - Анализировать и проводить мониторинга конкурентоспособности Этап 2: - Организовывать подбор персонала	Этап 1: - Анализа и мониторинга конкурентоспособности стратегии организации, Этап 2: - Навыки подбора и привлечения персонала
ПК-26 – знанием основ проведения аудита и контроллинга персонала и умением применять их на практике, владением	Этап 1: - Основ проведения аудита и контроллинга персонала Этап 2: - Важнейших	Этап 1: - Проведения аудита и контроллинга персонала Этап 2: - Применять важнейшие методы	Этап 1: - Проведения аудита и контроллинга персонала и применения их на практике, Этап 2:

важнейшими методами экономического анализа трудовых показателей, методами бюджетирования затрат на персонал	методов экономического анализа трудовых показателей, бюджетирования затрат на персонал	экономического анализа трудовых показателей и бюджетирования затрат на персонал	- Владения методами экономического анализа трудовых показателей и бюджетирования затрат на персонал
---	--	---	---

2. Содержание дисциплины:

Раздел 1. Сущность и эволюция маркетинга

Тема 1 Процесс создания и донесения ценностей до потребителей

Тема 2 Маркетинговая среда. Анализ конкурентов

Тема 3 Стратегические корпоративные и маркетинговые решения

Тема 4 Поведение потребителей

Тема 5 Целевые рынки. Сегментация и позиционирование

Раздел 2. Инструменты маркетинга

Тема 6 Маркетинговые решения по товару

Тема 7 Маркетинговые решения по цене

Тема 8 Маркетинговые решения по распределению

Тема 9 Маркетинговые решения по коммуникациям и взаимоотношениям

Раздел 3. Управление маркетингом

Тема 10 Организация маркетинга

Тема 11 Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение

Тема 12 Маркетинговое планирование

Тема 13 Экономическая оценка маркетинга

Раздел 4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Тема 14 Международный маркетинг

Тема 15 Маркетинг услуг. Некоммерческий маркетинг

Раздел 5. Современная концепция маркетинга

Тема 16 Современная концепция маркетинга

Тема 17 Система маркетинговой деятельности предприятия

Тема 18 Целевой маркетинг

Раздел 6. Основные направления маркетинговых исследований

Тема 19 Основные направления маркетинговых исследований

Тема 20 Товарная политика предприятия

Тема 21 Ценовая политика предприятия

Раздел 7. Методы распределения товаров

Тема 22 Методы распределения товаров

Тема 24 Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на предприятии

Раздел 8. Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности предприятия

Тема 25 Организация маркетинговой деятельности на предприятии

Тема 26 Планирование на предприятии

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 5 ЗЕ.