

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

**Автор:** Добродомова Лариса Александровна

**Наименование дисциплины:** Б1.В.03 МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ

### Цели освоения дисциплины:

- 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 предприятия и систематического контроля его эффективной реализации

### 1. Требования к результатам освоения дисциплины:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен Разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	ПК-2.1 Владеет знанием Разработки и оценки альтернативных вариантов управленческих решений на основе анализа проблемной ситуации	<i>Знать:</i> методологию маркетинговых исследований; <i>Уметь:</i> Анализировать рынок товаров и услуг; <i>Владеть:</i> Методами исследования рынка.
ПК-2 Способен Разрабатывать и оценивать варианты организационно-управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	ПК-2.2 Разрабатывает Варианты альтернативных организационно-управленческих решений для достижения критериев социально-экономической эффективности	<i>Знать:</i> Методы анализа маркетинговой среды предприятия, маркетинговые стратегии; <i>Уметь:</i> Разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; <i>Владеть:</i> методами определения оптимальных для успешной деятельности на рынке товарных характеристик, цен, условий дистрибьюции и продвижения.
	ПК-2.3 Осуществляет оценку и Выбор альтернативного организационно-	<i>Знать:</i> Способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение

	<p>управленческого решения на основе критериев социально- экономической эффективности</p>	<p>потребителей; <i>Уметь:</i> Применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования; <i>Владеть:</i> методами составления маркетинговых планов.</p>
--	---	--

## 2. Содержание дисциплины:

Тема 1. Управление маркетингом. Организация маркетинговой деятельности

Тема 2. Товар как элемент комплекса маркетинга. Сбытовой маркетинг

Тема 3. Маркетинговая информация и исследования

Тема 4. Маркетинг в бизнес-планировании. Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии

## 3. Общая трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ