

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор: Тугаева Л.А.

Наименование дисциплины: Б1.В.02 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:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен подготавливать исходные данные, анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов, выявлять и использовать взаимосвязи взаимозависимость экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности	ПК-2.1 знает способы сбора информации и методы ее анализа в профессиональной деятельности	<i>Знать:</i> методологию маркетинговых исследований <i>Уметь:</i> ориентироваться на рынке маркетинговой информации <i>Владеть:</i> исследования рынка

	ПК-2.2 умеет на основе подготовленных данных анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов в профессиональной деятельности	<p><i>Знать:</i> методы анализа маркетинговой среды предприятия, маркетинговые стратегии</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы</p> <p><i>Владеть:</i> методами определения оптимальных для успешной деятельности на рынке товарных характеристик, цен, условий дистрибьюции и продвижения</p>
ПК-2 Способен подготавливать исходные данные, анализировать внутреннюю и внешнюю среду, экономическую и хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов, выявлять и использовать взаимосвязь и взаимозависимость экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности	ПК-2.3 владеет навыками анализа внутренней и внешней среды, экономической и хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов, выявления и использования взаимосвязей и взаимозависимостей экономических и социальных явлений в профессиональной деятельности	<p><i>Знать:</i> способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей</p> <p><i>Уметь:</i> применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования</p> <p><i>Владеть:</i> методами составления маркетинговых планов</p>

2. Содержание дисциплины:

Тема 1. Маркетинг как система деятельности на рынке.

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

Тема 3. Управление маркетингом. Организация маркетинговой деятельности.

Тема 4. Товар, как элемент комплекса маркетинга. Сбытовой маркетинг.

Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Тема 6. Цена и ценообразование в маркетинге. Покупательское поведение потребителей и деловое покупательское поведение.

Тема 7. Маркетинговая информация и исследования.

Тема 8. Маркетинг в бизнес-планировании. Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии.

Тема 9. Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики России.
Региональный маркетинг.

Тема 10. Международный маркетинг.

Тема 11. Промежуточная аттестация.

3. Общая трудоемкость дисциплины:

Объем дисциплины Б1.В.02 Маркетинг составляет 4 зачетных единицы (ЗЕ), 144 академических часов.