

## Аннотация к рабочей программе дисциплины

**Автор:** Л.А. Тутаева, доцент

**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:

Индекс и содержание компетенции	Знания	Умения	Навыки и (или) опыт деятельности
ПК-41: способностью принимать участие в разработке стратегии обеспечения экономической безопасности организаций, подготовке программ по ее реализации	1 этап: маркетинговую составляющую всех стадий создания и движения товара от его замысла до реализации спроса на него; 2 этап: инструменты товарного маркетинга, ассортиментной и марочной политики	1 этап: сформировать и реализовать медиаплан с учётом разработанного маркетингового плана и выбранной стратегии функционирования предприятия 2 этап: применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования	1 этап: исследования рынка; 2 этап: составления маркетинговых планов;
ПСК-1 - способностью осуществлять предупреждение правонарушений, выявлять и устранять причины и условия, способствующие их совершению	1 этап: методологию маркетинговых исследований. 2 этап: способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей	1 этап: разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы; 2 этап: применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.	1 этап: исследования рынка; 2 этап: определения оптимальных для успешной деятельности на рынке товарных характеристик, цен, условий дистрибьюции и продвижения

## **2. Содержание дисциплины:**

### **Раздел 1 Сущность и значение маркетинга в деятельности предприятия**

**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

### **Раздел 2 Реализация рыночных возможностей: комплекс маркетинга**

**Тема 5** Товар, как элемент комплекса маркетинга

**Тема 6** Сбытовой маркетинг

**Тема 7** Интегрированные маркетинговые коммуникации

**Тема 8** Цена и ценообразование в маркетинге

### **Раздел 3 Маркетинговая информация и маркетинговые возможности**

**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

### **Раздел 4 Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности**

**Тема 13** Международный маркетинг

**Тема 14** Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики России

**Тема 15** Региональный маркетинг.

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