

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор *Иванова Л.А., преподаватель*

Наименование дисциплины: *Б1.Б.37 Маркетинг*

Цель освоения дисциплины: формирование представления о роли маркетинга в экономическом развитии страны, региона, отрасли.

1. Требования к результатам освоения дисциплины:

| Индекс и содержание компетенции | Знания | Умения | Навыки и (или) опыт деятельности |
|---|---|---|--|
| ПК-11 - способностью к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов | основных понятий, категорий и инструментов экономической теории и прикладных экономических дисциплин и закономерностей функционирования современной экономики на макро- и микроуровне | выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учётом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий | владеть современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных и современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне |

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.

Тема 16 Организация и управление территориальным маркетингом

3. Общая трудоёмкость дисциплины: 2 ЗЕ.