

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг

НАПРАВЛЕНИЕ 38.03.02 Менеджмент

ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ Логистика, Производственный менеджмент

УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ бакалавриат

ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ Кафедра экономики, управления и организации производства

Цели освоения дисциплины: овладение теоретическими знаниями в области организации и технологии маркетинговой деятельности, навыками решения прикладных задач, приёмами и методами, принципами и орудиями маркетинговой работы для использования полученных знаний и навыков в управлении хозяйственными системами разного уровня и принятия квалифицированных решений.

Результаты обучения:

Знать:

- роль и функции маркетинга в экономическом развитии страны и предприятия;
- основные категории маркетинга;
- основные элементы комплекса маркетинга;
- понятие маркетинговой среды и ее элементы;
- принципы формирования товарной политики;
- основы рыночного ценообразования;
- рыночные стратегии предприятия;
- основы формирования коммуникационной политики.

Уметь:

- систематизировать и обобщать информацию, готовить справки и обзоры;
- проводить исследования рынка и его сегментацию;
- определять тенденцию развития предприятия;
- проводить диагностику производственно-экономического потенциала предприятия;
- определять конкурентоспособность товара и предприятия;
- формировать ценовую политику;
- применять мероприятия по стимулированию сбыта;
- осуществлять маркетинговый контроль.

Владеть:

- навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере маркетинговой деятельности;
- методами экономического анализа деятельности и оценки рыночных позиций;
- методами ценообразования;
- методами определения экономической эффективности мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия и территории.

Компетенции: ОК-3; ОК-6; ОПК-2; ОПК-7; ПК-3: ПК-9.

Распределение по курсам и семестрам:

Курс	Семестр	Лекции	Практики	Лабораторные работы	Курсовая работа	Вид промежуточной аттестации
5	5	6	8	4	36	экзамен

Содержание дисциплины: Социально-экономическая сущность маркетинга. Маркетинг и окружающая его среда. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов. Товар и его коммерческие характеристики. Конкурентоспособность и качество товара. Ценообразование и ценовая политика. Система маркетинговых коммуникаций.

Общая трудоемкость дисциплины: 6 зачетные единицы, 216 часа.