

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ»

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Маркетинг» – освоение теоретических знаний в области маркетинга для разработки и реализации долговременной стратегии организации, приобретение умений использования этих знаний в условиях, моделирующих профессиональную деятельность, а также формирование необходимых компетенций.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия, категории и инструменты современной маркетинговой политики предприятия;
- изучить внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду предприятия, выявляя ее ключевые элементы и оценивая их влияние на предприятие;
- приобрести навыки к обобщению, анализу и восприятию маркетинговой информации; постановке маркетинговых целей и стратегий, выбору путей их достижения.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен анализировать влияние внутренних и внешних факторов и условий на деятельность организации.	ИПК 1.1 Понимает процессы развития рынка и ориентируется в условиях и тенденциях развития организации. ИПК 1.2 Анализирует внешние и внутренние факторы, влияющие на деятельность организации, и оценивает перспективы ее развития.	Знать: основы маркетинга, его планирования и управления. Уметь: анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на эффективность комплекса маркетинга. Владеть: навыками стратегического планирования и организации маркетинга с учетом внешних и внутренних факторов, влияющих на его эффективность.

Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Социально-экономические основы маркетинга
Тема 2. Комплекс маркетинга и его элементы
Тема 3. Потребительское поведение в системе маркетинга
Тема 4. Стратегическое планирование и организация маркетинга

Форма контроля – экзамен.