

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Б1.В.ОД.1 Основы маркетинга**

по направлению подготовки: 18.03.01 «Химическая технология»

по профилю «Технология и переработка полимеров»

Квалификация выпускника: бакалавр

Выпускающая кафедра: Технологии синтетического каучука

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Менеджмента и предпринимательской деятельности»

1. Цели освоения дисциплины «Основы маркетинга»:

а) через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления бакалавров о маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей о направлениях и путях развития товарного рынка в России и за рубежом о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе.

2. Содержание дисциплины «Основы маркетинга»

Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции; микросреда маркетинга; макросреда маркетинга; маркетинговые исследования; товар и товарный ассортимент в системе маркетинга; товародвижение.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) основные понятия о маркетинге, товаропродвижении;
- б) политику ценообразования;
- в) микро и макросреду маркетинга;
- г) факторы конкурентоспособности фирмы и продукции;
- д) основы общих закономерностей планирования, организации, мотивации и контроля операций производственной, инновационной, финансовой, социальной и других сфер деятельности организационной системы.

2) Уметь:

- а) исследовать и прогнозировать рынок,
- б) разрабатывать план маркетинга, анализировать и планировать затраты;
- в) финансировать инновационную деятельность, осуществлять технико-экономический анализ инженерных решений, моделирование, организацию коммерческой деятельности предприятий;
- г) приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии.

3) Владеть:

- а) методами анализа рыночной среды;
- б) методами оценки уровня конкурентоспособности продукта и предприятия, продвижения товаров и услуг;
- в) способами организации службы маркетинга на предприятии, методами организации высокотехнологичного производства: организация вспомогательных

цехов и служб предприятия;

г) способами проведения стратегического и оперативного планирования производства.

Зав. каф. ТСК



Кочнев А.М.