

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.19 Маркетинг

по направлению подготовки: 38.03.01 Экономика

профиль: «Экономика предприятий и организаций»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: Экономики, организации и управления производством

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Экономики, организации и управления производством»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются:

- а) формирование целостной системы знаний по теоретическим основам маркетинга как управленческой концепции развития современного предприятия;
- б) формирование умений и навыков использования полученных знаний в конкретных практических ситуациях;
- в) формирование состава компетенций, позволяющих применять инструменты маркетинга в профессиональной деятельности бакалавров по профилю подготовки «Экономика предприятий и организаций».

2. Содержание дисциплины «Маркетинг»:

Модуль 1. Маркетинговая концепция управления организацией

Модуль 2. Стратегический маркетинг и информационное обеспечение маркетинговой деятельности.

Модуль 3. Маркетинговые программы и операционный маркетинг.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) понятийный аппарат маркетинга, средства и методы маркетинга;
- б) методы маркетинговых исследований; организацию деятельности маркетинговых служб;
- в) основы маркетинговых коммуникаций; специфику маркетинговой деятельности в сфере профессиональной деятельности.

2) Уметь:

- а) решать задачи операционного маркетинга; разрабатывать план маркетингового исследования; анализировать факторы, влияющие на поведение потребителей
- б) осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;
- в) определять экономическую эффективность маркетинговых решений; разрабатывать маркетинговые стратегии и комплексное решение проблем потребителей.

3) Владеть:

- а) методами оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии;
- б) средствами выявления и формирования спроса потребителей, инструментами продвижения товаров и услуг на рынке;
- в) навыками прогнозирования в сфере маркетинга, методами разработки и реализации маркетинговых планов и программ.
- г) способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Зав. кафедрой ЭОУП

С.В.Киселев