АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3.2 Основы маркетинга и менеджмента

по направлению подготовки: 19.03.01 «Биотехнология»
по профилю «Пищевая биотехнология»
Квалификация выпускника: БАКАЛАВР
Выпускающая кафедра: ПищБТ

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

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы маркетинга и менеджмента» являются:
а) формирование знаний для изучения и оценки динамики рыночных процессов, развития экономических механизмов, потребительского поведения, конкурентной среды и других важных элементов экономической деятельности предприятий и организаций.

2. Содержание дисциплины «Основы маркетинга и менеджмента»:

Концепции маркетинговой деятельности.
Комплекс маркетинга и маркетинговая среда.
Рынки и поведение потребителей.
Конкурентный анализ, сегментация и позиционирование.
Товар, цена, распределение и продвижение.
Стратегия, планирование и контроль маркетинговой деятельности

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:
а) концептуальные основы теории маркетинга, особенности комплекса классических маркетинговых средств;
б) особенности микро- и макросреды маркетинга;
в) модели покупательского поведения, характеристики покупателя, основные характеристики рынка предприятий и поведение организованных потребителей; специфику конкуренции и сущность конкурентных преимуществ; сущность и критерии сегментирования рынка; особенности позиционирования товара на рынке;
г) особенности комплекса маркетинговых коммуникаций; особенности маркетингового планирования и контроля.
2) Уметь:
а) использовать основную терминологию маркетинга; формулировать и корректировать цели, задачи и видение управления в соответствии с маркетинговыми целями организации;
б) выявлять и анализировать классические составляющие комплекса маркетинга для организации.
3) Владеть:
а) методами анализа микро- и макросреды маркетинга (SWOT-анализ и PEST-анализ);
б) методами анализа классические составляющие комплекса маркетинга для организации;
в) методикой разработки и реализации маркетингового плана.

Зав.каф. ПищБТ Сысоева М.А.