

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Маланичева Наталья Николаевна  
Должность: директор филиала  
Дата подписания: 08.12.2022 11:55:23  
Уникальный программный код:  
94732c3d953a82d495dcc3155d5c577987fedd18

## Аннотация к рабочей программе по дисциплине «Маркетинг»

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

#### 1.1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг» является формирование у обучающегося компетенций в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта.

Цели изучения дисциплины: в доступной для студентов форме изложить вопросы теории маркетинга; освоение целей, задач, инструментов маркетинга; ознакомить студентов с товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационными политиками; получение практических навыков маркетинговых исследований; получение представления в области сегментации рынка и позиционирования товара.

Основными задачами изучения дисциплины «Маркетинг» являются: формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о самом важном инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании; создание крепких основ системы конкретных умений, что позволяют успешно применять полученные знания на практике.

#### 1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины	Результаты освоения учебной дисциплины
<b>ОПК-2.</b> Способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные категории и законы маркетинга;</li><li>- методы анализа информации, необходимой для принятия решений по маркетингу;</li><li>- методы обработки данных, необходимых для принятия решений по маркетингу</li></ul>
	<b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- применять основные категории и законы маркетинга;</li><li>- применять методы анализа информации, необходимой для принятия решений по маркетингу;</li><li>- применять методы обработки данных, необходимых для принятия решений по маркетингу</li></ul>
	<b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основными категориями и законами маркетинга;</li><li>- методами анализа информации, необходимой для принятия решений по маркетингу;</li><li>- методами обработки данных, необходимых для принятия решений по маркетингу</li></ul>

#### 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является обязательной для изучения.

### **3. Объем дисциплины**

- 180 часов;
- 5 з.е.

### **4. Содержание дисциплины (модуля)**

Введение в маркетинг. Система маркетинга на предприятии. Стратегический маркетинг. Целевые рынки. Товар. Товарная политика. Управление ценообразованием. Управление распределением. Управление маркетинговыми коммуникациями. Поведение потребителей. Маркетинговые исследования

### **5. Формы контроля**

Форма текущего контроля – дискуссия

Форма промежуточной аттестации – экзамен и контрольная работа

### **6. Перечень информационных технологий, программного обеспечения и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии и программное обеспечение:

- для проведения лекций, демонстрации презентаций и ведения интерактивных занятий: MS PowerPoint;
- для выполнения практических занятий - Microsoft Office 2003 и выше.
- для самостоятельной работы студентов: Windows 7 и выше, Microsoft Office 2003 и выше;
- для оформления отчетов и иной документации: Microsoft Office 2003 и выше;
- ЭИОС- Moodle.

### **7. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - Кабинет менеджмента, аудитория № 601. Специализированная мебель: столы ученические - 11 шт., стулья ученические - 22 шт., доска настенная - 1 шт., стол преподавателя - 1 шт., стул преподавателя - 1 шт. Технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: переносной экран, переносной проектор, ноутбук. Учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплины - комплект презентаций (хранится на кафедре).