

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.08.2021 14:20:23

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Маркетинг

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.01.15\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с теоретическими основами и современными методами реализации маркетинговой активности предприятий в условиях изменяющихся рыночных конъюнктур.
1.2	Задачи: изучение сущности, основных принципов и функций маркетинга фирмы; рассмотрение основных существующих концепций маркетинга; исследование маркетинговой среды организации и ее структуры; изучение комплекса маркетинга; выявление особенностей организации, управления и контроля маркетинговой деятельности; выявление места и роли современного маркетинга в российской экономике.

## 2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ОПК-4: способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность**

### Знать:

организационно-управленческие решения, применяемые в профессиональной деятельности; принципы организации маркетинга на предприятии; методы принятия управленческих решений

### Уметь:

разрабатывать маркетинговые стратегии организаций; использовать маркетинговые исследования при принятии организационно-управленческих решений.

### Владеть:

навыками принятия организационно-управленческих решений на основе проведенных маркетинговых исследований; приемами определения мер ответственности за итоги реализации принятых организационно-управленческих решений в маркетинге

**ПК-9: способностью организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта**

### Знать:

понятия, категории и инструменты современной маркетинговой политики предприятия; содержание современной маркетинговой концепции управления

### Уметь:

ставить и решать задачи операционного маркетинга, организовать работу малого коллектива, рабочей группы при решении совместных маркетинговых задач

**Владеть:**

основными технологиями маркетинга (такими как разработка концепции товара и определение его места в продуктовом портфеле рынка, расчет доходности и прогнозирования продаж товара и т.п.); методами разработки и реализации маркетинговых программ; навыками руководства отдельными группами исполнителей при решении комплексных маркетинговых задач