

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.08.2021 17:39:58

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Маркетинг

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.03.06.01_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	36	36	36	36
Лабораторные	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
В том числе инт.	32	32	32	32
Итого ауд.	90	90	90	90
Контактная	90	90	90	90
Сам. работа	18	18	18	18
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими основами и современными методами маркетинговой деятельности предприятий в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры.
1.2	Задачи изучения дисциплины: изучение сущности, основных принципов и функций маркетинга; изучение методов сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью; исследование инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности; изучение комплекса маркетинга и методов маркетинговых исследований; исследование методов анализа и оценки маркетинговой деятельности для разработки стратегии организации.

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

ОПК-4: способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Знать:

демонстрировать знания методов сбора, хранения, обработки и оценки информации, виды поисковых систем; знать способы работы с программными средствами Word, Excel, PowerPoint

Уметь:

работать с компьютером как средством управления информацией; осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации; уметь применять информацию для организации и управления профессиональной деятельностью

Владеть:

навыками создания текстовых документов различной сложности и назначения, использовать электронные таблицы для работы с данными; владеть навыками работы с персональным компьютером и программными средствами офисного назначения и для работы с сетями

ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления

Знать:
демонстрировать знания требований действующей технической документации, используемой в торговом бизнесе, знать правила оформления коммерческих документов и их виды, правила составления маркетинговых анкет, рекламных брифов, отчетов.
Уметь:
определять соответствие объекта проверки нормам технической документации; оформлять техническую документацию, уметь читать техническую документацию, осуществлять отбор и проводить анализ наличия необходимой технической документации
Владеть:
навыками проверки правильности заполнения, оформления технической документации, в том числе маркетинговых документов
ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
Знать:
демонстрировать знания методов изучения, удовлетворения и прогнозирования спроса покупателей, правила формирования их с помощью маркетинговых коммуникаций, методы и способы анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.
Уметь:
выявлять и удовлетворять потребности покупателей, формировать потребности с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.
Владеть:
навыками и средствами выявления и удовлетворения потребности покупателей товаров, формировать их с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-10: способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
Знать:
демонстрировать знания методов научных, в том числе маркетинговых исследований
Уметь:
проводить научные, в том числе маркетинговые исследования: анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка
Владеть:
методами проведения научных, в том числе маркетинговых исследований: методами и средствами анализа поведения потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации
ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать:
демонстрировать знания понятия инновационного процесса и инновационного потенциала предприятия, инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности.
Уметь:
анализировать применяемые инновационные методы в области профессиональной деятельности
Владеть:
навыками разработки инновационных методов в области профессиональной деятельности и методами оценки инновационных проектов.
ПК-12: способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
Знать:
демонстрировать знания процедур обработки данных, порядок работы с источниками информации, основы бизнес-планирования для разработки комплекса мероприятий по повышению эффективности маркетинговых процессов на предприятии, в т.ч. с использованием информационных технологий.
Уметь:
определять перечень необходимой информации для составления проекта, самостоятельно генерировать идеи, касающиеся повышения эффективности маркетинговых процессов на предприятии
Владеть:
навыками бизнес-планирования, методами постановки задач оптимизации решений по повышению эффективности маркетинговых процессов на предприятии

ПК-13: готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

Знать:

демонстрировать знания основ в маркетинге, составляющие элементы для создания плана проектных мероприятий, внедрения или обновления технологических или проектных решений.

Уметь:

осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль в маркетинге, прогнозировать результаты для последующего создания плана проектных мероприятий, внедрения или обновления технологических или проектных решений

Владеть:

навыками стратегического и оперативного планирования в маркетинге