#### АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина: Б3.Б9 Маркетинг

Направление подготовки: 080100.62 (38.03.01) «Экономика»

(шифр) (наименование)

Программа подготовки: «Экономика предприятий и организаций»

Квалификация (степень) выпускника: БАКАЛАВР

Разработчик рабочей программы: кафедра экономики и управления

***1.Цели освоения дисциплины***

Целями освоения дисциплины «Маркетинг**»** являются

а) формирование системы теоретических и практических знаний о принципах и законах маркетинга, о правилах составления маркетинг-плана фирмы.

***2.Содержание дисциплины «Маркетинг»***

Общие понятия маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга.

Методы и способы организации службы маркетинга на предприятии.

Управление маркетингом. Стратегия и тактика маркетинга.

Основные способы и приемы рыночного сегментирования.

Виды и методы рыночной конкуренции. Оценка стратегии конкурентов.

Товар и товарная политика в системе маркетинга.

Сбытовая политика предприятия. Способы совершенствования сбытовой политики.

Ценовая политика в системе маркетинга.

Особенности маркетинга промышленных предприятий.

***3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины***

***Профессиональные компетенции:***

*Расчетно-экономическая деятельность:*

- способен собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1).

*Аналитическая и научно-исследовательская деятельность:*

- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (ПК-4);

- способен, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-9).

***4.В результате освоения дисциплины обучающийся должен***

**Знать:**

а) основные принципы маркетинга;

б) маркетинговые термины;

в) товарную маркетинговую политику;

г) ценовую маркетинговую политику;

д) сбытовую маркетинговую политику;

е) сервисную маркетинговую политику.

**Уметь:**

а) сегментировать рынок товара;

б) составлять маркетинг-план фирмы;

в) проводить анализ рынка.

**Владеть:**

а) навыками применения маркетинговых стратегий;

б) методами маркетинговых исследований.