

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг» для специальности 21.02.13
Геологическая съемка, поиски и разведка месторождений полезных ископаемых.
специализация образовательной программы -**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Программа учебной дисциплины МДК.06.03 Маркетинг является частью ПМ.06 Основы цифровой экономики по специальности 21.02.13 Геологическая съемка, поиски и разведка месторождений полезных ископаемых

Программа учебной дисциплины МДК.06.03 Маркетинг может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке направления: экономика, бухгалтерский учет, логистика, предпринимательство.

Задачи изучения дисциплины:

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1. Общие компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общих компетенций	Код и наименование общих компетенции	Минимальные требования
ОК-3	ОК-3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; устанавливать личные финансовые цели, различать основные виды расходов и способы их оптимизации; уметь работать с информацией в цифровой среде; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею. <p>Знание:</p> <ul style="list-style-type: none"> возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы финансовой грамотности; основы предпринимательской деятельности; общее представление о том, что необходимо для открытия собственного бизнеса; правила разработки бизнес-планов.

2.2. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональных компетенции	Минимальные требования
ПК 3.2.	ПК 3.2. Принимать решения по комплектованию структурного подразделения исполнителей и организации работы структурного подразделения.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рационально организовывать рабочие места, участвовать в расстановке кадров, обеспечивать их предметами и средствами труда; - обеспечивать соблюдение правил безопасности труда; - инструктировать и контролировать исполнителей на всех стадиях работ; - принимать и реализовывать управленческие решения. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы организации и планирования деятельности работы структурного подразделения; - характер взаимодействия с другими подразделениями; - современных технологий управления работой структурного подразделения.
ПК 3.3.	ПК 3.3. Реализовывать мероприятия по повышению эффективности работ, направленных на снижение трудоемкости и повышение производительности труда.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать работу исполнителей; - мотивировать работников на решение производственных задач. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы планирования работ исполнителей; - виды, формы и методы мотивации персонала, в т.ч. материального и нематериального стимулирования работников; - методы оценивания качества выполняемых работ; - методы контроля и оценки работ исполнителей.

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность маркетинга. Тема 2. Маркетинговая среда предприятия. Тема 3. Сегментирование рынка. Тема 4. Конкурентная среда. Тема 5. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Тема 6. Товарная политика. Тема 7. Ценовая политика. Тема 8. Сбытовая политика. Тема 9. Коммуникационная политика. Промежуточная аттестация. Тема 10. Организация и контроль маркетинга на предприятии.