

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг» для специальности 38.02.03
Операционная деятельность в логистике.
специализация образовательной программы -**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 Маркетинг является частью ПМ.04 Планирование и оценка эффективности работы логистических систем, контроль логистических операций специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 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 04.	ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. Знания: психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности.
ОК 02.	ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Умения: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска. Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.

2.2. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональных компетенции	Минимальные требования
---	---	------------------------

ПК 5.3.	ПК 5.3. Креативное мышление	<p>Иметь практический опыт способность человека генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов.</p> <p>Знать: основные виды цифрового контента, способы создания, модификации, интеграции данных.</p> <p>Уметь: ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов.</p>
ПК 5.4.	ПК 5.4. Управление информацией и данными.	<p>Иметь практический опыт искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач.</p> <p>Знать: менеджмент информационного контента управления проектами, просмотр, поиск и фильтрация данных, информации цифрового контента; основы информационной безопасности.</p> <p>Уметь: проектировать деятельность с использованием цифровых образовательных ресурсов.</p>
ПК 5.5.	ПК 5.5. Критическое мышление в цифровой среде	<p>Иметь практический опыт а проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.</p> <p>Знать: интеллектуальные системы и технологии, оценку данных, информации и цифрового контента.</p> <p>Уметь: находить, анализировать,</p>

		структурировать информацию для создания электронных материалов.
--	--	---

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность маркетинга. Тема 2. Маркетинговая среда предприятия. Тема 3. Сегментирование рынка. Тема 4. Поведение потребителей. 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. Организационные структуры маркетинга.