

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг» для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Направленность (профиль) образовательной программы - Менеджмент организации

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Формирование знаний по маркетингу как концепции и системы управления организацией в рыночной среде, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и решений в управлении организацией; привить студентам стиль мышления, ориентированный на выявление и лучшее удовлетворение здоровых потребностей людей и долгосрочных интересов общества.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить маркетинговые процессы при функционировании организации и осуществлении её деятельности;
- изучить комплекс понятий и направлений маркетинговой деятельности;
- овладеть системой маркетинга включающей: анализ окружающей среды маркетинга; комплексное изучение рынка; выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей; организацию маркетингового управления и контроля в организации.
- научить приёмам и методам анализа ситуаций на рынке.

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

2.1 Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-4. Способен оценить экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, участвовать в разработке инвестиционного проекта	ИД-1ПК-4 Знает функции и виды предпринимательства; содержание инвестиционного проекта; методы оценки его эффективности; основные механизмы финансирования инвестиционных проектов; виды инвестиций. ИД-2ПК-4 Умеет оценить экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; разрабатывать предложения по инвестиционным проектам в соответствии с критериями их рыночной привлекательности, целями проекта; выбирать вариант инвестиционного проекта; формировать плановые значения ключевых показателей инвестиционного проекта. ИД-3ПК-4 Владеет навыками прогнозирования доходов и расходов предпринимательской деятельности; оценки эффективности инвестиционного проекта в условиях неопределенности; определения рисков инвестиционного проекта к изменяющимся ключевым параметрам внешней и внутренней среды

3. Содержание дисциплины

Маркетинг как концепция рыночного управления.

Среда маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Исследование и анализ рыночной ситуации . Сегментация рынка. Товар в системе маркетинга. Цена, как инструмент комплекса маркетинга. Сбыт товаров. Маркетинговые коммуникации. Управление маркетингом .