

Б1.Б.10 Маркетинг

Объем дисциплины (модуля) 4 ЗЕТ (144 час)

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Сформировать у обучающихся знания относительно экономической природы маркетинга и его функций в экономике и управлении, сущности планирования и контроллинга маркетинга на предприятии, разработки и реализации стратегии маркетинга; умения и навыки восприятия, обобщения, экономического анализа информации в области маркетинга, выбора и обоснования путей достижения маркетинговых целей предприятия (в т.ч. стратегических), планирования и контроллинга маркетинга на предприятии, разработки и реализации стратегии маркетинга.

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

:
:
:
:
:
:
:
:
:
:

ОПК-6: владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; способностью отстаивать свою точку зрения, не разрушая отношения

:
:
:
:
:
:
:
:
:
:

ПК-2: знанием основ кадрового планирования и контроллинга, основ маркетинга персонала, разработки и реализации стратегии привлечения персонала и умением применять их на практике

:
:
:
:
:
:
:
:
:
:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: понятия в области маркетинга, роль маркетинга в экономике и управлении, экономические задачи, решаемые на основе принципов маркетинга, экономические показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия; показатели и методы экономического анализа маркетинговой информации, инструменты обоснования путей достижения маркетинговых целей; планирование и контроллинг маркетинга на предприятии, процедуру разработки и реализации стратегии маркетинга

Уметь: анализировать экономическую природу маркетинга, устанавливать межпредметные связи; воспринимать, обобщать, анализировать информацию в области маркетинга, выбирать пути достижения маркетинговых целей предприятия; анализировать и разрабатывать планы маркетинга, показатели контроллинга маркетинга, предлагать решения по разработке и реализации стратегии маркетинга

Владеть: основами экономических знаний в области маркетинга, культурой мышления в области маркетинга, основами планирования и контроллинга маркетинга на предприятии, разработки и реализации стратегии маркетинга; навыками восприятия, обобщения и экономического анализа маркетинговой информации; навыками постановки маркетинговых целей, выбору и обоснованию путей их достижения

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности в системе управления организацией

Раздел 2. Маркетинговые исследования

Раздел 3. Товарная политика предприятия

Раздел 4. Коммуникационная политика предприятия

Раздел 5. Ценовая и сбытовая политика предприятия

Раздел 6. Планирование и контроллинг маркетинговой деятельности на предприятии