

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Маркетинг»

направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

направленность (профиль) «Цифровая экономика и учет в 1С»

(квалификация выпускника - бакалавр)

1. Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины - формирование у обучающихся системы знаний грамотного использования рыночных законов удовлетворения потребностей покупателей и освоение методологии товарного обращения в современном обществе, обеспечивающих экономическую эффективность хозяйствующим субъектам в условиях рыночной экономики.

Задачи:

- формирование у обучающихся знаний о теоретических основах маркетинга;
- формирование у обучающихся практических навыков методов маркетинговых исследований;
- формирование у обучающихся умений планирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики предприятия, исходя из требования рынка и потенциала предприятия; формирование покупательского спроса и стимулирование сбыта;
- формирование у обучающихся практических навыков разработки стратегии маркетинговой деятельности с определением ее целей, задач, ресурсов и механизма реализации; организация, управление и контроль маркетинговой деятельности;
- формирование у обучающихся практических навыков выявления особенностей маркетинга агропромышленного комплекса как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Маркетинг относится к дисциплинам обязательной части основной профессиональной образовательной программы.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

ОПК-4.1 Определяет основные методы и модели принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности

знать: рыночные возможности, их использование, анализ и обработку маркетинговой информации, а также модели потребительского поведения

уметь: использовать рыночные возможности и выполнять их анализ, составлять и обрабатывать маркетинговую информацию, критически оценивать варианты управленческих решений

владеть навыками самостоятельной работы по поиску информации в области маркетинга и разработки комплекса маркетинговых мероприятий с учетом отечественной и зарубежной практик

ОПК-4.2 Способен разрабатывать, реализовывать и экономически и финансово обосновывать (оценивать) организационно-управленческие решения для осуществления профессиональной деятельности

знать: принципы, методы и цели рыночной сегментации, содержание формирования спроса и стимулирования сбыта, знать модели потребительского поведения

уметь: оценивать риски рынка и последствия социально-экономического характера

владеть основами маркетинга для организации эффективной работы хозяйствующего субъекта на рынке

ПК 7. Способен осуществлять управление информацией и данными в цифровой среде, искать нужные источники информации и данных, 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

ПК-7.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, позволяющих воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств с целью эффективного использования полученной информации для решения задач

знать: основные виды цифрового контента; способы создания, модификации, интеграции данных

уметь: ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов

владеть навыками поиска источников информации и данных для восприятия, анализа и передачи информации с использованием цифровых средств с целью эффективного использования полученной информации для решения задач.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часов (3 зачётные единицы). Форма контроля— экзамен.

Авторы: к.э.н., доцент Бреславец А.П.