Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Чижов Александр Петрович
Должность: Директор филиала СибГУ в г. Лесосибирске
Дата подписания: 26.09.2023 05:28:49
Уникальный программный ключ:
bdf6e99bfcc4944b52cae00e83cf259c6c85dda39624c7604c3fcac0cdef0efd

АННОТАЦИЯ
Рабочей программы дисциплины
Маркетинг
(наименование дисциплины)

Направление подготовки (Специальность)	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль)	Экономика и управление на предприятии

Объем дисциплины составляет 4 зачетныеединицы,144часа.

Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов системного представление роли маркетинга в управлении предприятием**.**
Задачи изучения дисциплины:	- изучение методологических и теоретических основ маркетинга, современных концепций управления маркетингом на предприятии, формирование умений использовать их в практической деятельности; -изучение методов контроля в маркетинге, стратегий товарной, сбытовой, ценовой, ассортиментной, - навыков проведения маркетинговых исследований и воздействия на рынок с помощью инструментов комплекса маркетинга.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в программе индикаторами достижения компетенций

Код компе-тенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в программе индикаторами достижения компетенции
ПК-2	Способен осуществлять расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации.	ПК-2.1. Формирует и проверяет планы финансово-экономического развития организации. ПК-2.2. Осуществляет выбор и применение статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации. ПК-2.3. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. ПК-2.4. Осуществляет расчет влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации. ПК-2.5. Определяет экономическую эффективность организации труда и производства, внедрения инновационных технологий. ПК-2.6. Проводит экономический анализ хозяйственной и финансово-хозяйственной деятельности организации и готовит отчеты. ПК-2.7. Определяет резервы повышения эффективности деятельности организации. ПК-2.8. Проводит совершенствование форм организации труда и управления, а также плановой и учетной документации	**Знать:** 1.методы экономического анализа показателей маркетинговой деятельности организации. **Уметь:** 1.выполнять необходимые для составления экономических разделов маркетинговых планов расчеты и обосновывать их. **Владеть навыками:** 1.применения маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации.

		организации.	

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» (Б1.В.09) входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Изучение курса связано с дисциплинами: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Ценообразование», «Экономика предприятия», «Менеджмент», «Статистика».

Знания, умения и навыки, полученные в ходе изучения дисциплины «Маркетинг», являются необходимыми для изучения таких дисциплин, как «Планирование на предприятии», «Организация предпринимательской деятельности», «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации), «Управление снабжением и сбытом".

Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические и методологические основы маркетинга;
Раздел 2.Маркетинговые исследования;
Раздел 3.Исследование и анализ рыночной ситуации;
Раздел 4. Проектирование комплекса маркетинга;
Раздел 5. Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности;
Раздел 6. Особенности международного маркетинга.

Форма промежуточной аттестации
Зачет.