АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг»

Направление подготовки 38.03.01 ЭКОНОМИКА

Профиль Экономика предприятий и организаций

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 5 лет

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2016

Цель изучения дисциплины: формирование у обучающихся теоретических знаний по основам маркетинга, приобретение практических навыков проведения рыночных исследований, анализа технико-экономических показателей предприятий, формирования комплекса маркетинга и оценки его эффективности.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение теоретических основ маркетинга, опыта организации маркетинговой деятельности и приобретение знаний и умений по планированию и экономическому обоснованию целесообразности применения инструментов маркетинга с целью повышения эффективности деятельности предприятия;

- определение области применения комплекса маркетинга с целью максимального удовлетворения потребностей рынка в высококачественных и инновационных товарах и услугах;

- овладение методикой конкурентного анализа и оценки влияния внешних и внутренних маркетинговых факторов на деятельность предприятия;

- приобретение навыков проведения маркетинговых исследований, сбора и обработки информации о состоянии бизнеса и рыночных процессах;

- приобретение навыков экономического обоснования товарной, сбытовой, ценовой политики, а также инструментов продвижения и рекламы с целью повышения эффективности деятельности предприятия;

- овладение навыками планирования и реализации комплекса маркетинга и оценки эффективности его применения на предприятии.

Перечень формируемых компетенций:

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

ОПК-2 - способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

Общая трудоемкость дисциплины: 6 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Экзамен