

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг»**

Учебный курс «Маркетинг» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.07 «Товароведение» очной формы обучения.

Дисциплина «Маркетинг» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа). Дисциплина реализуется на 2 курсе в четвертом семестре.

Дисциплина «Маркетинг» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика», «Жизненный цикл товаров» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектирование торговых предприятий», «Эстетика и дизайн потребительских товаров».

Содержание дисциплины состоит из трех разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Сущность и роль маркетинга в управлении предприятием: определение маркетинга; ключевые понятия маркетинга; потребительская ценность: подходы к ее формированию; характеристика концепций маркетинга: от производственной до холистической.
2. Маркетинговая среда предприятия как объект исследования: виды маркетинга в зависимости от состояния спроса; элементы комплекса маркетинга; новая парадигма маркетинга; функциональная структура маркетинга; маркетинговая среда компании и методы сбора информации; целевой маркетинг.
3. Управление комплексом маркетинга: товар в комплексе маркетинга; цена в комплексе маркетинга; сбыт в комплексе маркетинга; продвижение в комплексе маркетинга; клиентоориентированность и социальная ответственность компании.

**Цель** – теоретическая и практико-ориентированная подготовка студентов в области маркетинговой деятельности, направленная на формирование системных знаний о содержании, целях, задачах, функциях маркетинга,

обеспечивающих работу службы маркетинга на предприятии, а также формированию умений применять методы анализа рынка, методики маркетинговых исследований, стратегического планирования целью эффективного управления предприятием.

**Задачи:**

- сформировать системное представление о процессе формирования маркетинговой информационной системы, методах маркетинговых исследований, особенностях сегментирования целевых рынков, функционирования службы маркетинга;
- сформировать навыки анализа конкурентов различными методиками;
- сформировать навыки организации и проведения маркетинговых исследований;
- сформировать навыки исследования и разработки конкурентных стратегий;
- обучить профессиональным подходам к планированию комплекса маркетинга;
- сформировать исследовательские навыки оформления аналитического отчета.

Для успешного изучения дисциплины «Маркетинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<i>ПК – 6 - способностью применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств</i>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• основные аспекты социально-экономической сущности маркетинга;</li> <li>• особенности методов маркетинговых исследований;</li> <li>• основные аспекты целевого маркетинга;</li> <li>• совокупность принимаемых решений в рамках комплекса маркетинга;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• основы управления маркетингом на предприятии</li> </ul>
	Умеет	использовать полученные знания в области маркетинга в условиях работы конкретного предприятия или конкретного рынка товаров и услуг
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками анализа маркетинговой среды предприятия;</li> <li>• навыками планирования и осуществления маркетинговых исследований;</li> <li>• навыками сегментирования рынка и разработки стратегии позиционирования на целевых сегментах рынка;</li> <li>• навыками принятия решений в рамках комплекса маркетинга;</li> </ul> навыками принятия решений на различных уровнях управления маркетингом
<i>ПК-8 - умением анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента</i>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>• базовые понятия маркетинга;</li> <li>• маркетинговую информационную систему, методы получения и обработки маркетинговой информации, маркетинговые исследования, бенчмаркетинг;</li> <li>• маркетинговую среду как объект исследования;</li> <li>• методы диагностики конкурентной среды, маркетинговые стратегии;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать маркетинговую среду исследования;</li> <li>• исследовать факторы потребительского поведения, анализировать модели принятия покупательских решений;</li> <li>• проводить анализ конкурентных стратегий;</li> <li>• проводить количественные и качественные исследования, сегментирование рынка и позиционирование товара;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; умением проводить маркетинговые исследования;</li> <li>• методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организации;</li> <li>• методами проведения, анализа маркетингового исследования;</li> <li>• методами формулирования и реализации</li> </ul>

		стратегий на уровне бизнес – единицы; навыками аналитической, исследовательской работы;
--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: круглый стол, дискуссии, составление интеллект-карты.