

## АННОТАЦИЯ

Курс «Спецмаркетинг пищевой продукции» входит в блок Б1.В.ДВ.02.02 и относится к ее вариативной части направления подготовки бакалаврской программы 19.03.01 «Биотехнология». Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Дисциплина выступает одной из интегральных в фундаментальной подготовке бакалавров данного профиля и тесно связана с такими дисциплинами как «Экономика», «Организация и ведение технологического процесса на предприятиях отрасли», «II Сертификация и управление качеством на предприятиях отрасли/ Технохимический контроль на предприятиях пищевой промышленности», «Дегустационный анализ пищевых продуктов/ Компьютерный дизайн и эстетика пищевых продуктов».

**Целью** изучения дисциплины является усвоение теоретических знаний в области маркетинга продовольственных товаров и приобретение практических навыков оперативного и стратегического маркетинга в сфере производства пищевых продуктов и торговли продовольственными товарами.

### **Задачи дисциплины:**

- сформировать у студентов систему знаний о маркетинге в сфере производства пищевых продуктов и торговли продовольственными товарами;
- научить будущих специалистов идентифицировать, анализировать и, прогнозировать долгосрочную конкурентную позицию компании по каждому бизнесу (продукту), анализировать и прогнозировать рыночные позиции конкурентов;
- анализировать текущее состояние и перспективы развития целевых и смежных рынков, прогнозировать его структуру.

Для успешного изучения дисциплины «Спецмаркетинг пищевой продукции» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;
- способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие **общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций)**.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-1 способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий	Знает	способы поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных
	Умеет	осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных
	Владеет	навыками представлять информации из различных источников и баз данных в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий
ПК-9 владением основными методами и приемами проведения экспериментальных исследований в своей профессиональной области	Знает	стандартные и сертификационные испытания сырья, готовой продукции
	Умеет	применять методы и приемы проведения экспериментальных исследований в своей профессиональной области
	Владеет	навыками проведения стандартных и сертификационных испытаний сырья, готовой продукции

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Спецмаркетинг пищевой продукции» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: интеллект карты, методы IT – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения информационного поля, повышения скорости обработки и передачи информации, обеспечения удобства преобразования и структурирования информации для трансформации ее в знание (используются на занятиях в форме электронных презентаций лекций, и т.д.).