

## **Б.1.Б.17. МАРКЕТИНГ**

**Цели дисциплины:** формирование знаний по маркетингу как концепции и системы управления организацией в рыночной среде, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и решений в управлении организацией.

Приобретение знаний и умений по использованию маркетингового управления организацией, а также формирования компетенций для принятия стратегических и тактических решений в профессиональной деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

Задачами дисциплины являются:

- теоретическое освоение основ экономических знаний, базовых экономических категорий и законов, способствующих развитию маркетинга;
- применение экономических знаний в оценке эффективности результатов маркетинговой деятельности предприятия;
- приобретать практические навыки нахождения организационно-управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях по различным элементам комплекса маркетинга предприятия;
- формирование навыков управления процессами закупки, продвижения и реализации сырья и товаров с целью наиболее полного удовлетворения потребностей;
- развитие способностей анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров;
- изучение приемов выявления ценообразующих характеристик товаров для оценки их рыночной стоимости.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части учебного плана.

Дисциплина «Маркетинг» базируется на сумме знаний и умений, полученных слушателями при изучении дисциплины «Менеджмент».

Для успешного освоения дисциплины «Маркетинг», студент должен:

**Знать:**

- правовые и нормативные документы в различных сферах профессиональной деятельности (ОК – 4);
- организационные и управленческие функции, связанные с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров (ПК-4).

**Уметь:**

- выполнять организационные и управленческие функции, связанные с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров (ПК-4).

**Владеть:**

- методами организации закупки, поставки, транспортирования, хранения, приемки и реализации товаров (ПК-4).
- способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях (ОПК-2).

Дисциплина «Маркетинг» является основой для изучения таких последующих дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Мерчандайзинг», «Экономика и организация управления розничными торговыми сетями».

Полученные в рамках данного курса знания и умения студенты используют в процессе подготовки выпускных квалификационных работ.

### **Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

**ОК-3 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности**

В результате освоения компетенции **ОК - 3** студент должен:

**Знать:** основы экономических знаний, базовые экономические категории и законы, способствующие развитию маркетинга.

**Уметь:** использовать экономические знания в оценке эффективности результатов маркетинговой деятельности предприятия.

**Владеть:** способностью использовать основы экономических знаний в маркетинговой деятельности предприятия.

**ОПК-2 способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях**

В результате освоения компетенции **ОПК – 2** студент должен:

**Знать:** общий процесс принятия организационно-управленческих решений в стандартных и нестандартных ситуациях, возникающих в маркетинговой деятельности предприятия.

**Уметь:** находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях по различным элементам комплекса маркетинга предприятия.

**Владеть:** способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях в маркетинговой деятельности организации.

**ПК-5 способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств**

В результате освоения компетенции **ПК – 5** студент должен:

**Знать:** принципы товарного менеджмента и маркетинга.

**Уметь:** управлять процессами закупки, продвижения и реализации сырья и товаров с целью наиболее полного удовлетворения потребностей.

**Владеть:** навыками применения принципов товарного менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности предприятия.

**ПК-7 умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента (ПК-7)**

**Знать:** тенденции развития и виды спроса, методы стимулирования сбыта товаров.

**Уметь:** анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров.

**Владеть:** навыками разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента с точки зрения маркетинга.

**Содержание дисциплины:**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1	Социально-экономическая сущность маркетинга
2	Планирование и организация маркетинга на предприятии
3	Товарные стратегии фирмы.
4	Ценообразование в маркетинге
5	Стратегии распределения и товародвижения
6	Стратегии продвижения

**Форма контроля - зачет с оценкой.**