

## Аннотация дисциплины

Шифр, наименование образовательной программы 27.03.02 «Управление качеством»  
Уровень высшего образования \_\_\_\_\_  
Направленность (профиль) Управление качеством в производственно технологических система

### АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины  
**Б1.В.ОД.13 Маркетинг**

*шифр и наименование дисциплины по учебному плану*

вариативная

*статус дисциплины - базовая, вариативная, по выбору*

Очная

*форма обучения - очная, заочная, очно-заочная*

Составитель аннотации – Корецкая Т.В. старший преподаватель каф. ЭП  
ФИО разработчика, уч.степень, уч.звание, название кафедры

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	4зет/144 час
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Целями освоения дисциплины в соответствии с ООП являются: <ul style="list-style-type: none"><li>• получение студентами знаний об основных понятиях и концепциях маркетинга, маркетинговой среде и факторах на нее влияющих, системе маркетинговой информации;</li><li>• приобретение умений, необходимых для исследования и прогнозирования рынка, конкурентоспособности фирмы и продукции;</li><li>• поддержка единого информационного пространства планирования маркетинговой деятельности и управления предприятием на всех этапах жизненного цикла производимой продукции;</li><li>• участие в проведении технико-экономического и функционально-стоимостного анализа рыночной эффективности создаваемого продукта;</li><li>• овладение методами рыночного ценообразования, выявление каналов распределения и оптимизация их структуры;</li><li>• организация работы по продвижению товаров и услуг, организации службы маркетинга на предприятии;</li><li>• формирование у студентов мотивации к самообразованию за счет активизации самостоятельной познавательной деятельности.</li></ul>
<b>Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)</b>	<b>Модуль 1.</b> <b>Тема 1. Социальные основы маркетинга.</b> <b>Тема 2. Процесс управления маркетингом: анализ рыночных возможностей.</b> <b>Тема 3. Маркетинговая среда.</b> <b>Тема 4 Маркетинговые исследования.</b> <b>Модуль 2.</b> <b>Тема 5. Сегментирование рынка.</b> <b>Тема 6. Позиционирование товара.</b> <b>Тема 7. Товар и товарная политика.</b> <b>Тема 8. Мотивация и поведение потребителей.</b> <b>Модуль 3.</b> <b>Тема 9. Реализация товара.</b> <b>Тема 10. Упаковка, товарная марка.</b> <b>Тема 11. Маркетинговые коммуникации.</b> <b>Тема 12. Стратегии маркетинга.</b>
<b>Формируемые компетенции</b>	ПК-1, ПК-2

Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Б1.Б.7 Технология и организация производства и услуг; Б1.В.17 Основы теории управления Б1.Б.13 Менеджмент
Знания, умения и навыки, получаемые в результате изучения дисциплины	<p><b>знать:</b> основные понятия и концепции маркетинга, маркетинговую среду, систему маркетинговой информации, факторы конкурентоспособности фирмы и продукции, методы рыночного ценообразования, каналы распределения, экономические основы производства и ресурсы предприятий; основы общих закономерностей планирования, организации, мотивации и контроля операций производственной, инновационной, финансовой, социальной и других сфер деятельности организационной системы;</p> <p><b>уметь:</b> исследовать и прогнозировать рынок, разрабатывать план маркетинга, анализировать и планировать затраты, финансировать инновационную деятельность, осуществлять технико-экономический анализ инженерных решений, моделирование, организацию коммерческой деятельности предприятий, приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии;</p> <p><b>владеть:</b> методами анализа рыночной среды, оценки уровня конкурентоспособности продукта и предприятия, продвижения товаров и услуг, организации службы маркетинга на предприятии, методами организации высокотехнологичного производства: организация вспомогательных цехов и служб предприятия; проведение стратегического и оперативного планирования производства;</p>
Образовательные технологии	Традиционные (лекции, практические занятия) и интерактивные (лекции-беседы с разбором конкретных ситуаций)
Формы текущего контроля успеваемости (контрольная, работа, коллоквиум, тест и т.п.)	Контрольный опрос
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	экзамен

Зав.кафедрой ЭП  
название кафедры

  
подпись

Миляева Л.Г.