

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

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