

Б1.О.22 Маркетинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 акад. час.)

Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга.

Задачи освоения дисциплины:

- определение экономической эффективности производства, хранения, выпуска и реализации конкурентоспособной продукции;
- определение экономической эффективности производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.

Краткое содержание дисциплины

Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции; информационное обеспечение маркетинга; стратегия и система маркетинга, их особенности в России; исследования рынка; разработка продукции; особенности ценообразования в маркетинге; продвижение продукции; реклама; маркетинговый контроль; организация и деятельность маркетинговой службы предприятия; маркетинговые коммуникации; международный маркетинг; специфика маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках.

Выпускник должен обладать следующей компетенцией:

- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические и методологические основы маркетинга, отечественную и зарубежную практику маркетинговой деятельности как комплексного подхода к управлению производством и реализацией продукции с учётом рыночного спроса и требований потребителей.

уметь:

- анализировать и оценивать собственные возможности организации, состояние и изменение платежеспособного спроса потребителей, использовать нормативно – законодательную, справочную литературу

владеть:

- навыками применения современных инструментов маркетинга для решения практических задач.

Виды учебной работы: аудиторные занятия (лекции, практические занятия), самостоятельная работа студентов.

Форма промежуточной аттестации: зачет.