

Дисциплина **МАРКЕТИНГ**

1. Цель и задачи дисциплины

Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг» относится к вариативной части Блока 1 (Б1.В.11) основной профессиональной образовательной программы академического бакалавриата по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), профиль - Экономика и управление.

Цель дисциплины

Бакалавр по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) должен быть подготовлен к учебно-профессиональной деятельности.

Цель дисциплины – через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления студентов о маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей.

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины:

- сформировать теоретические знания о маркетинге во всех его проявлениях;
- уяснить роль маркетинга в экономическом развитии организации;
- понять сущность маркетинга, его цели, принципы и функции;
- сформировать комплекс знаний в области управления конкурентоспособностью нового продукта предприятия в целом;
- практические умения в области развития форм и методов маркетингового экономического управления субъектами рыночной деятельности;
- научиться производить комплексное исследование товарного рынка.

2. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент

должен обладать компетенциями

профессиональными, установленными вузом дополнительно:

- готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой профессиональной деятельности (ПКВ-1);
- способностью использовать передовые отраслевые технологии в процессе профессиональной деятельности (ПКВ-2).

В результате изучения дисциплины студент

должен знать:

- определения маркетинга и основных его понятий;
- факторы маркетинговой среды и их классификации;
- состав и содержание комплекса маркетинга;
- методы, алгоритмы и инструменты маркетинговых исследований;
- варианты организации маркетинговой деятельности на предприятии;

должен уметь:

- использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;
- разрабатывать план маркетинга, сегментировать рынок и позиционировать на нём товар или услугу;

должен владеть:

- методами анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса;
- основными методами организации маркетинговой работы в рамках комплекса маркетинга;
- методами принятия маркетинговых управленческих решений и проведения маркетинговых мероприятий.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Содержание дисциплины

Понимание маркетинга как философии и концепции управления. Маркетинг как система. Маркетинговая среда организации. Маркетинговая информация. Концепция функционирования маркетинговой информационной системы. Маркетинговые исследования: исследовательская и аналитическая функции маркетинга. Сегментация рынка. Управление маркетингом. Товар в рыночной среде. Товарная политика и товарные стратегии организации. Товарная марка, упаковка и маркировка товара. Покупательское поведение на потребительском и промышленном рынках. Ценообразование. Алгоритм расчета исходной цены. Ценовая политика и ценовые стратегии в маркетинге. Распределительная политика. Каналы распределения. Природа и цели товародвижения. Коммуникационная модель. Процесс коммуникаций. Формирование комплекса стимулирования продвижения товара.

3.2. Объём дисциплины и виды учебной работы

Дисциплина изучается в 8 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины распределяется по основным видам учебной работы в соответствии с учебным планом, утвержденным ректором ФГБОУ ВО Южно-Уральского ГАУ, следующим образом:

Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц
Контактная работа (всего)	39/1,08
В том числе:	
Лекции	13
Практические /семинарские занятия (ПЗ/СЗ)	26
Лабораторные занятия (ЛЗ)	-
Самостоятельная работа (внеаудиторная, всего)	141/3,92
В том числе:	
Подготовка к практическим/семинарским занятиям	74
Подготовка к лабораторным занятиям и к защите лабораторных работ	-
Выполнение курсовой работы/проекта	-
Реферат	40
Подготовка к зачету	-
Контроль (подготовка к экзамену)	27
Общая трудоемкость	180/5