

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

**Институт экономики и управления на предприятии
Кафедра экономики и организации
агропромышленного производства**

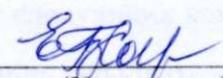
АННОТАЦИЯ
по дисциплине «Маркетинг»

**направление подготовки 38.03.01 Экономика
профиль «Экономика и управление на предприятии (ЛИК, пищевая
промышленность)» всех форм обучения**

Соответствует РИД



УМУ СГЭУ

/Зав. кафедрой 
/Некрасов Р.В./

Самара 2015 г.

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью дисциплины является **формирование** у студентов бакалавров базовых **знания** в области теории и практики маркетинга, как современной концепции управления фирмой. Изучение курса должно **способствовать** формированию **маркетингового мышления**, необходимого для **успешной** работы в современном бизнесе.

Задачами дисциплины являются:

Научить **принимать** обоснованные маркетинговые **решения с учетом** видов экономической деятельности, а также осуществлять **практическую проверку результатов** и рекомендаций по маркетингу в **управлении предприятием**;

Сформировать представление о современных проблемах рынка и путях **их** решения:

Прикладные знания в области развития форм и **методов маркетингового** управления предприятием в условиях современной экономики:

Навыки креативной реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности экономиста-менеджера на предприятии.

Формирование основных навыков **подготовки** и анализа маркетинговых решений.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

БЗ.Б.7 Дисциплина «Маркетинг».

Дисциплина маркетинг связана со следующими дисциплинами **учебного** плана: "Организация производства на **предприятиях**", "Система качества **продукции** на предприятиях (АПК)". "Планирование на предприятиях (АПК)". "Экономика предприятия (организации) (АПК)". "Логистика" и другими дисциплинами, что дает студенту системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС, а **также** необходимый теоретический уровень и практическую направленность подготовки к будущей деятельности бакалавра.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **компетенций**:

ОК-1 владеет **культурой** мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и **выбору путей** ее достижения:

ОК-8 способен находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность:

ОК-13 владеет основными методами, способами и **средствами** получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством **управления** информацией, способен работать с информацией в **глобальных** компьютерных **сетях**;

ПК-1 расчетно-экономическая деятельность: способен собрать и **проанализировать** исходные данные, необходимые для расчета экономических и **социально-экономических** показателей, характеризующих деятельность **хозяйствующих** субъектов:

ПК-5 способен выбрать инструментальные **средства** для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, **проанализировать результаты расчетов** и обосновать полученные выводы:

У результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: - научные основы и современную практик) **управления** маркетингом:

- положения теории и **практические достижения** в области **маркетинга**;
- состав и содержание комплекса маркетинга;
- варианты организации **управления** маркетинговой деятельностью на **предприятии**;
- международный опыт и **российскую** практику организации маркетинговой деятельности.

Уметь:

использовать полученные **теоретические** знания для анализа проблем и обоснования маркетинговых рекомендаций при решении конкретных бизнес-ситуаций: принимать маркетинговые управленческие решения: **сегментировать** рынки и **позиционировать** на нем товары: разрабатывать **маркетинговые** планы;

Владеть: основными методами анализа маркетинговой среды, разработки **товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики предприятия**; основами управления и организации службы маркетинга на предприятии.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц '	Семестр 5
Аудиторные занятия	90/2.5	90/2.5
В том числе:		
Лекции	36/1	36/1
Практические занятия (ПЗ)	54/1,5	54/1.5
Самостоятельная работа (всего)	36/1	36/1
Вид промежуточной аттестации (экзамен)		
Общая трудоемкость часы зачетные единицы	180/5	180/5