

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«ИВАНОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ  
АКАДЕМИЯ ИМЕНИ Д.К. БЕЛЯЕВА»  
(ФГБОУ ВО Ивановская ГСХА)**

**ФАКУЛЬТЕТ АГРОТЕХНОЛОГИЙ И АГРОБИЗНЕСА**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
(МОДУЛЯ)**

**«Маркетинг»**

Направление подготовки / специальность	<b>38.03.01 Экономика</b>		
Профиль / специализация			
Уровень образовательной программы	<b>Бакалавриат</b>		
Форма обучения	<b>Очная</b>		
Трудоемкость дисциплины, ЗЕТ	<b>3</b>		
Трудоемкость дисциплины, час.	<b>108</b>		
<b>Распределение часов дисциплины по видам работы:</b>	<b>Виды контроля:</b>		
Аудиторная работа – всего	54	Экзамены	1
в т.ч. лекции	16	Зачеты	
лабораторные		Курсовые работы (проекты)	
практические	36		
Самостоятельная работа	54		

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Целями изучения дисциплины «Маркетинг» являются: приобретение знаний, навыков и способностей в области маркетинга, призванного обеспечивать устойчивое функционирование и развитие предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей, продавцов, других субъектов бизнеса и общества.

Задачами дисциплины являются:

- изучение категориального аппарата, основных компетенций, принципов, функций и задач маркетинга;
- изучение основ стратегического и тактического маркетинга;
- приобретение знаний и навыков организации и проведения маркетинговых исследований;
- изучение основ разработки маркетинговых стратегий, комплекса маркетинга; маркетингового анализа, планирования и аудита;
- приобретение знаний и навыков разработки товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политик;
- овладение методами и инструментами стратегического и тактического маркетинга.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В соответствии с учебным планом дисциплина относится к\* базовой части образовательной программы

Статус дисциплины\*\* обязательная

Обеспечивающие (предшествующие) дисциплины

Микроэкономика  
История экономических учений  
Региональная экономика  
Мировая экономика  
Информатика  
Менеджмент  
Социология  
Психология  
Политология  
Логика  
Право

Обеспечиваемые (последующие) дисциплины

Теория отраслевых рынков  
Финансовый менеджмент  
Макроэкономическое развитие и прогнозирование  
Бизнес- планирование

\* базовой / вариативной

\*\* обязательная / по выбору / факультативная

### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) (ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ)

Шифр и наименование компетенции	Дескрипторы компетенции		Номер(а) раздела(ов) дисциплины (модуля), отвечающего(их) за формирование данного(ых) дескриптора(ов) компетенции
ОК-6 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	Знает:	З-1. Основные источники права по маркетинговой деятельности предприятия	7.1, 8.1
	Умеет:	У-1. Использовать на практике в профессиональной деятельности нормативные и правовые документы по маркетинговой деятельности предприятия.	7.1, 8.1
	Владеет:	В-1. Навыками работы с правовыми и нормативными документами по маркетинговой деятельности предприятия. В-2. Навыками поиска необходимых нормативных и правовых документов в профессиональной деятельности в области маркетинговой деятельности. В-3. Навыками анализа необходимых нормативных и правовых документов в профессиональной деятельности в области маркетинговой деятельности.	7.1, 8.1

ОПК-2 способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессионал ьных задач	Знает:	З-1 Какие источники можно использовать для сбора данных в процессе принятия маркетинговых решений.	2.1, 2.2
	Умеет:	У-1. Обработать и анализировать данные необходимые для принятия маркетинговых решений.	2.1, 2.2
	Владеет:	Навыками аргументировано делать выводы и интерпретировать полученные результаты	2.1, 2.2
ОПК-4 способностью находить организацион но- управленческ ие решения в профессионал ьной деятельности и готовность нести за них ответственнос ть	Знает:	Содержание управленческих решений в области маркетинговой деятельности	1.1, 1.2, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 5.1, 7.2, 8.2
	Умеет:	Формулировать управленческие решения в области маркетинговой деятельности	1.1, 1.2, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 5.1, 7.2, 8.2
	Владеет:	Способностями выбора эффективного управленческого решения в области маркетинговой деятельности и готовностью нести за него ответственность	1.1, 1.2, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 5.1, 7.2, 8.2
ПК-9 способностью организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономическо го проекта	Знает:	Методы группового генерирования идей при разработке и реализации маркетингового проекта	6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 3.2
	Умеет:	Поставить задачи перед группой при подготовке и реализации маркетингового проекта.	6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 3.2
	Владеет:	Навыками управления работой группы в процессе подготовки и реализации маркетингового проекта.	6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 3.2
ОПК-1 Способность решать стандартные задачи профессионал ьной деятельности на основе информацион ной и библиографич еской культуры с применением информацион но- коммуникаци онных технологий и с учётом	Знает:	З-4. Источники информации для получения данных при анализе маркетинговой среды.	2.1, 2.2, 3.1, 3.2
	Умеет:	У-4. Выделить из массива информации необходимую и анализировать ее	2.1, 2.2, 3.1, 3.2
	Владеет:	В-3. На основе анализа информации владеет способностью принимать стандартные решения по вопросам маркетинга.	2.1, 2.2, 3.1, 3.2

основных требований информацион ной безопасности			
--	--	--	--