

**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		38.03.02 «Менеджмент»	
Профиль / специализация		Производственный менеджмент	
Уровень образовательной программы		Бакалавриат	
Форма обучения		Очная	
Трудоемкость дисциплины, ЗЕТ		5	
Трудоемкость дисциплины, час.		180	
Распределение часов дисциплины по видам работы:		Виды контроля:	
Аудиторная работа – всего	72	Экзамены	1
в т.ч. лекции	36	Зачеты	
лабораторные		Курсовые работы (проекты)	
практические	36		
Самостоятельная работа	108		

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 Информатика, экономическая теория

Обеспечиваемые (последующие) дисциплины Управление разработкой и внедрением нового продукта, менеджмент

* 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
ОПК-2	Знает	Содержание управленческих решений в области маркетинговой деятельности	2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 5.1, 5.2, 7.2, 8.2
	Умеет	Формулировать управленческие решения в области маркетинговой деятельности	
	Владеет	Способностями выбора эффективного управленческого решения в области маркетинговой деятельности и готовностью нести за них ответственность	
ОПК-1	Знает:	З-1. Основные источники права по маркетинговой деятельности предприятия	1.3, 2.4, 7.1, 8.1
	Умеет:	У-1. Использовать на практике в профессиональной деятельности нормативные и правовые документы по маркетинговой деятельности предприятия.	
	Владеет:	В-1. Навыками работы с правовыми и нормативными документами по маркетинговой деятельности предприятия. В-2. Навыками поиска необходимых нормативных и правовых документов в	

		<p>профессиональной деятельности в области маркетинговой деятельности.</p> <p>В-3. Навыками анализа необходимых нормативных и правовых документов в профессиональной деятельности в области маркетинговой деятельности.</p>	
ПК-3	Знает:	Сущность, методы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	6.1, 6.2, 6.3, 6.4
	Умеет:	Определить основные этапы, поставить цели стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	
	Владеет:	Навыками стратегического анализа разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	
ПК-7	Знает:	З-1. Знает факторы макросреды, закономерности ее развития	1.1, 1.2; 1.3 2.1, 2.2; 2.3; 2.4
		З-3. Знает методики оценки факторов макросреды.	
	Умеет:	У-1. Описывает тенденции изменения социально-экономических показателей	
		У-2. Анализирует внешнюю и внутреннюю среду организации, выявляет ее ключевые элементы	
		У-3. Оценивает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций (с точки зрения риска, доходности и эффективности принимаемых решений)	
	Владеет:	В-1. Работает со справочной литературой и статистическим материалом	
В-3. Имеет навыки по анализу конъюнктуры рынка. Выявляет и оценивает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций индуцируемые риски, прогнозирует поведение потребителей и объем спроса.			