

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинг

Наименование ОПОП ВО

38.03.07 Товароведение. Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов системы теоретических знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, а также как о процессе определения, производства и передачи потребителю товарной ценности; выработка практических умений применения основных маркетинговых методов, инструментов и процедур, владения навыками организации, управления и проектирования маркетинговой деятельности предприятия. В ходе достижения цели решаются следующие основные задачи: - получение студентами представления о маркетинге как о философии и идеологии ведения бизнеса, позволяющей выявлять и удовлетворять рыночные потребности; - получение представления об основных принципах маркетинга, комплексе маркетинга и его составляющих; - овладение процедурами исследования и сегментирования рынков, позиционирования рыночного предложения; - изучение основ разработки и реализации маркетинговых стратегий и программ; - приобретение умений в области формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политик предприятия, - умение управлять процессом определения и создания потребительской ценности, - наработка навыков принятия и аргументации решений в отношении маркетинговой деятельности предприятия в меняющейся рыночной ситуации.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ПК-7	Умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	Знания:	подходы к изучению и прогнозированию спроса потребителей, способы стимулирования сбыта товаров в рамках программы маркетинговых коммуникаций, методы анализа и направления оптимизации торгового ассортимента

			Умения:	анализировать спрос, разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров, анализировать торговый ассортимент и разрабатывать рекомендации по его оптимизации
			Навыки:	навыками анализа, и прогнозирования спроса, навыками разработки мероприятий по стимулированию сбыта товаров, анализа торгового ассортимента и разработки рекомендаций по его оптимизации
	ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях	Знания:	цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга; возможности и порядок принятия организационно-управленческих решений в области маркетинга
			Умения:	применять средства, методы, процедуры маркетинга, разрабатывать маркетинговые рекомендации для решения бизнес-ситуаций
			Навыки:	навыками принятия и обоснования организационно-управленческих решений в области маркетинга

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Маркетинг- философия современного бизнеса
- 2) Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений
- 3) Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования
- 4) Маркетинг - ориентированное планирование .
- 5) Выбор целевого рынка. Позиционирование и дифференцирование рыночного предложения
- 6) Покупательское поведение и маркетинговые решения
- 7) Товар в комплексе маркетинга компании
- 8) Цена в комплексе маркетинга компании .
- 9) Распределение в комплексе маркетинга компании
- 10) Продвижение в комплексе маркетинга компании
- 11) Особенности маркетинга на различных рынках

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
38.03.07 Товароведение	ОФО	Бл1.Б	3	3	55	36	18	0	1	0	53	Э

Составители(ль)

Ким А.Г., кандидат экономических наук, профессор, Кафедра таможенного дела и логистики, angelina.kim@vvsu.ru

Марченко О.Г., Olga.Marchenko@vvsu.ru

Юрченко Н.А., доцент, Кафедра таможенного дела и логистики, Natalya.Yurchenko@vvsu.ru