

Рабочая программа учебной дисциплины

Маркетинг (Аннотация)

Целью учебной дисциплины является изучение, систематизация и закрепление знаний теоретических и методических основ организации маркетинговой деятельности в организациях и на предприятиях.

Преподавание и изучение учебной дисциплины «Маркетинг» направлены на теоретическую и практическую подготовку обучающихся в овладении практическими навыками, обеспечивающими эффективную организацию маркетинговой деятельности; проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности, ценообразования и использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- исследовать социально-экономические основы и основные концепции, и цели маркетинга;
- изучить факторы и этапы потребительского поведения;
- рассмотреть основы сегментирования рынка и позиционирования товара;
- овладеть методами маркетинговых исследований;
- изучить основы товарно и ценовой политики предприятия;
- выяснить роль и место маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга предприятия;
- освоить методологию стратегического управления в маркетинге.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности определенных профессиональным стандартом «Специалист по платежным системам», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 31 марта 2015 г. №204н.

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен овладеть:

- ***Способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4).***