

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Разработчик: Катасонова О.И.

Специальность: 09.02.01 Информационные системы (по отраслям)

Наименование дисциплины: ОП.17 Маркетинг

Цели и задачи учебной дисциплины:

С целью овладения соответствующими общими и профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен:

знать:

- структуру маркетинговой деятельности;
- классификацию маркетинга;
- принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности;
- маркетинговую окружающую среду;
- виды конкуренции, конкурентоспособность организации;
- стратегию и планирование маркетинга.

уметь:

- выявлять потребности;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- организовывать рекламные компании;
- проводить опрос потребителей;
- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта.

Результаты освоения учебной дисциплины

Код и наименование компетенции	Наименование результата обучения	Номер темы
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	знать структуру маркетинговой деятельности	Тема 1 Тема 10
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	знать классификацию маркетинга	Тема 2 Тема 11
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	знать принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности	Тема 3 Тема 12
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	знать маркетинговую окружающую среду	Тема 4 Тема 13
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в	знать виды конкуренции, конкурентоспособность	Тема 5 Тема 14

профессиональной деятельности.	организации	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	знать стратегию и планирование маркетинга	Тема 6 Тема 15
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	уметь выявлять потребности	Тема 7 Тема 16
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	уметь проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения	Тема 8
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	уметь организовывать рекламные компании	Тема 9
ПК 1.2 Взаимодействовать со специалистами смежного профиля при разработке методов, средств и технологий применения объектов профессиональной деятельности	уметь проводить опрос потребителей, применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта	Тема 16

Содержание учебной дисциплины

- Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.
- Тема 2. Концепции рыночной экономики
- Тема 3. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга
- Тема 4. Сегментирование рынка
- Тема 5. Субъекты и объекты маркетинговой деятельности
- Тема 6. Окружающая среда маркетинга
- Тема 7. Конкурентная среда
- Тема 8. Средства маркетинга
- Тема 9. Ценовая политика
- Тема 10. Сбытовая политика
- Тема 11. Реклама
- Тема 12. Маркетинговые исследования
- Тема 13. Стратегия и планирование маркетинга
- Тема 14. Продвижение продукции
- Тема 15. Товародвижение
- Тема 16. Международный маркетинг