

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.ОД.1 Основы маркетинга

по направлению подготовки: 18.03.01 «Химическая технология»

по профилю «Технология защиты от коррозии»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ТЭП

Кафедра-разработчик рабочей программы: Менеджмента и предпринимательской деятельности

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины **Основы маркетинга** являются:

- а) через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления студентов:
  - о маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей;
  - о направлениях и путях развития товарного рынка в России и за рубежом;
  - о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе

### 2. Содержание дисциплины «Основы маркетинга»

Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.

Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.

Маркетинговые исследования.

Товар и товарный ассортимент в системе маркетинга.

Товародвижение.

### 3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- 1.) **Знать** : а) основные понятия о маркетинге, товаропродвижении
  - б) политику ценообразования
  - в) микро и макросреду маркетинга
  - г) факторы конкурентоспособности фирмы и продукции,
  - д) основы общих закономерностей планирования, организации, мотивации и контроля операций производственной, инновационной, финансовой, социальной и других сфер деятельности организационной системы;
- 2) **Уметь**: а) исследовать и прогнозировать рынок,
  - б) разрабатывать план маркетинга, анализировать и планировать затраты,
  - в) финансировать инновационную деятельность, осуществлять технико-экономический анализ инженерных решений, моделирование, организацию коммерческой деятельности предприятий,
  - г) приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии;
- 3) **Владеть** а) методами анализа рыночной среды,
  - б) методами оценки уровня конкурентоспособности продукта и предприятия, продвижения товаров и услуг,
  - в) способами организации службы маркетинга на предприятии, методами организации высокотехнологичного производства: организация вспомогательных цехов и служб предприятия;
  - г) способами проведения стратегического и оперативного планирования производства

И.о. зав. кафедрой ТЭП



Ившин Я.В.