

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.1 Основы маркетинга

по направлению подготовки: 18.03.01 «Химическая технология»

по профилю «Технология и переработка полимеров»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ХТПЭ

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Менеджмента и предпринимательской деятельности»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы маркетинга» являются:

- а) расширение представления студентов через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности 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

Зав. кафедрой



С.И. Вольфсон