

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: «Технологии пластических масс»

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

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины **Основы маркетинга** являются:

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 бакалавр 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. каф. ТПМ



Стоянов О.В.