

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.05.2024 05:48:33
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafb

АННОТАЦИЯ

**рабочей программы дисциплины «Маркетинг»
направлении подготовки 35.03.07 «Технология производства и переработки
сельскохозяйственной продукции»**

**направленность (профиль) «Технология хранения и переработки продукции
животноводства»**

форма обучения: очная, заочная

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов представления о маркетинге как деятельности, направленной на выявление, создание и удовлетворение нужд и потребностей потенциальных покупателей в товарах и услугах, как системы управления, регулирования и изучения рынка.

Основные задачи освоения дисциплины:

- формирование у студентов теоретических и практических навыков при работе на рынке как в качестве производителей и продавцов, так и покупателей ресурсов;
- изучение сущности, принципов и методов маркетинга;
- освоение понятийно-терминологического аппарата, характеризующего организацию маркетинга на предприятии;
- ознакомление с методами создания нового товара, управления товарной и ценовой политикой;
- изучение системы формирования спроса в стимулирования сбыта, организации каналов товародвижения и сбыта;
- ознакомление с основными идеями и правилами планирования, управления и контроля деятельности предприятий в организации, ориентированных на рынок.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинг» находится в обязательной части Блока 1 учебного плана по направлению подготовки 35.03.07 Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. – 72 час. Дисциплина изучается в 5 семестре.

Форма итогового контроля – зачет.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Содержание дисциплины:

1. Маркетинг как рыночная концепция управления, его использование в условиях формирующего рынка России
2. Система маркетинговых исследований и её использование в России.

Составитель:

ст. преподаватель

кафедры менеджмента, предпринимательства
и экономической безопасности в АПК

Луговнина В.В.

Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'В.В. Луговнина', followed by a horizontal line.