Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Михайлович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.11.2026 17:48:12
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f00c4043156a3692d57b7e

# АННОТАЦИЯ
## к рабочей программе дисциплины
## «Маркетинг»

**1. Общая характеристика.**

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Донской ГАУ по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленность Бухгалтерский учет, анализ и аудит (с учетом специфики сельского хозяйства), разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 954 от 12.08.2020

**Требования к результатам освоения.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

Универсальные компетенции (УК): Осуществляет анализ информации, необходимой для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности (УК-10).

Индикаторы достижения компетенции: Осуществляет анализ информации, необходимой для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности (УК-10.2)

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Знание: теоретических и методических основ организации маркетинга, понятийного аппарата учебной дисциплины и основных методов маркетинговых исследований для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; рыночных возможностей, их использования, анализа и обработки маркетинговой информации, а также моделей потребительского поведения; методов рекламной работы и «паблик рилейшнз» для разработки и осуществления маркетинговой стратегии организации в различных областях жизнедеятельности.

Умение: профессионально вести маркетинговую работу, используя основы экономических знаний для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; оформлять решения в управлении маркетинговой деятельностью организации, готовить предложения по товарной политике на основе навыков стратегического анализа

Опыт деятельности: использование практических навыков и основ экономических знаний в различных сферах деятельности, полученных при изучении дисциплины «Маркетинг» для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; накапливать опыт деятельности, применяя на практике навыки анализа информации, необходимой для принятия обоснованных экономических решений в управлении сбытовой и маркетинговой деятельности организаций.

Содержание программы дисциплины: Основные понятия маркетинга; Поведение покупателей; Информация в маркетинге; Выбор целевого рынка; Товарная политика фирмы; Ценовая политика фирмы; Сбытовая политика фирмы; Коммуникационная политика фирмы; Управление маркетингом

2. **Форма промежуточной аттестации**: зачет.
3. **Разработчик**: канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и товароведения Шейхова М. С.