Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Михайлович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.11.2026 18:10:31
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 38.03.02 Менеджмент, направленность Инвестиционный менеджмент, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 970 от 12.08.2020 г.

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) **Общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

- Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций (ОПК – 4);

Индикаторы достижения компетенции:

- Выявляет и оценивает рыночные возможности в целях развития новых направлений деятельности (ОПК – 4.3)

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.