Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Михайлович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.11.2026 18:15:29
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f00c4045156a3692d52b7e

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Маркетинговые исследования товаров и услуг»

1. Общая характеристика.

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Донской ГАУ бакалавриата по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение, направленность Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.03.07 Товароведение, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 985.

2. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций**:**
Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке.

Индикаторы достижения компетенций:

ПК-2.4 Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции.

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Знание:- технологий регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции.

Умение:- регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции.

Навык и (или) опыт деятельности:- Владения технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции.

3. Содержание программы учебной дисциплины

Понятия и сущность маркетинговых исследований товаров и услуг; Сущность и особенности маркетинга при производстве и реализации товаров и услуг; Потребление продовольственных продуктов и маркетинге; Роль перерабатывающей сферы в продовольственном маркетинге; Оптовая и розничная торговля в производственном маркетинге; Выбор методов проведения маркетинговых исследований.

4. Форма промежуточной аттестации зачет

5. Разработчик: доцент, канд.с.-х.наук., доцент кафедры экономики и товароведения Лосевская С.А.