

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является: дать бакалаврам знания в области организации маркетинга, маркетингового управления и планирования на предприятиях, использования методов маркетингового анализа, разработки и управления маркетинговой политикой на предприятии.

Задачей изучения дисциплины является: дать представление о предмете и объекте исследования маркетинга как науки; освоение основных понятий и категорий дисциплины; развитие навыков работы с инструктивно-нормативной, специальной и законодательной литературой по вопросам производственно-хозяйственной, финансовой и предпринимательской деятельностью на автомобильном транспорте; изучение отраслевых особенностей и их влияние на результаты деятельности автотранспортного предприятия; изучение формирования и путей наиболее эффективного использования ресурсов на автотранспортном предприятии; рассмотрение основных элементов хозяйственного механизма, действующего на предприятиях; освоение новых форм и методов хозяйствования, предопределяемых требованиями рыночной экономики; изучение особенностей экономики и организации предприятий различных форм собственности.

2. Структура дисциплины

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единицы.

2.2 Основные разделы дисциплины:

- 1 - Основы маркетинга;
- 2 - Маркетинговые исследования;
- 3 - Товар в системе маркетинга;
- 4 - Конкуренция и конкурентоспособность;
- 5 - Маркетинговое управление.

3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

ОК-4 - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

4. Вид промежуточной аттестации: зачет.