

# **АННОТАЦИЯ**

## **рабочей программы дисциплины**

### **Основы маркетинга**

#### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является подготовка бакалавров к самостоятельному решению экономических задач в лесной промышленности с использованием новейших достижений науки и техники.

Задачей изучения дисциплины является: дать студентам теоретические основы маркетинговой деятельности; привить навыки самостоятельного использования теоретических знаний в практической деятельности, научить обосновывать управленческие решения в условиях рыночной экономики, привить навыки самообразования и самосовершенствования, уметь отслеживать тенденции развития и дальнейшего совершенствования предприятий лесного комплекса

#### **2. Структура дисциплины**

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

2.2 Основные разделы дисциплины:

1. Методология современного маркетинга.
2. Управление маркетингом на предприятии

#### **3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ПК-3 - способность принимать участие в работах по составлению научных отчетов по выполненному заданию и внедрять результаты исследований и разработок в области технологических машин и оборудования.

**4. Вид промежуточной аттестации:** зачет.