

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Волхонов Михаил Станиславович

Должность: Врио ректора

Дата подписания: 14.02.2024 15:41:34

Уникальный программный ключ:

b2dc75470204bc2bfec58d577a1b983ee223ea27559b43aa8c1726f0b10c0e81

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«КОСТРОМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Согласовано:

Председатель методической комиссии
экономического факультета

_____ / Королева Е.В./

«07» июня 2023 года

Утверждаю:

Декан экономического факультета

_____ / Серeda Н.А./

«14» июня 2023 года

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки
(специальность) ВО

38.03.01 Экономика

Направленность (специализация)/
профиль

«Финансы и кредит»

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная, очно-заочная

Срок освоения ОПОП ВО

4 года, 4 года 6 месяцев

1 Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование умений и навыков применять теорию маркетинга для решения конкретных ситуаций.

Задачи дисциплины: формирование базовых знаний в области теории и практики маркетинга.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

2.1 Дисциплина (Б1.О.19 «Маркетинг») относится к обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули) ОПОП ВО.

2.2 Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- История;
- Правоведение;
- Макроэкономика;
- Микроэкономика.

2.3 Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- Менеджмент;
- Экономика организаций.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций: УК-1; УК-10; ОПК-3.

Категория компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД-1 _{УК-1} Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИД-2 _{УК-1} Осуществляет поиск и критический анализ информации, необходимой для решения поставленной задачи ИД-3 _{УК-1} Планирует возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки ИД-4 _{УК-1} Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи
	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1 _{УК-10} Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития ИД-2 _{УК-10} Понимает цели и механизмы основных видов государственной социально-экономической политики ИД-3 _{УК-10} Обосновывает принятие экономических решений, использует экономические инструменты и методы при выполнении конкретных задач и достижения поставленных целей
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	ИД-1 _{ОПК-3} Понимает движущие силы и закономерности экономических процессов на микро- и макроуровне ИД-2 _{ОПК-3} Анализирует и интерпретирует данные о социально-экономических явлениях и процессах на микро- и макроуровне

В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН:

Знать:

- основные методы классификации и оценки источников информации с точки зрения временных и пространственных условий их возникновения, соответствия для решения поставленной задачи;
- принципы и технологию поиска, сбора, отбора, обобщения и анализа информации,
- сущность системного подхода к решению профессиональных задач;
- понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики;
- основные термины и понятия, определяющие экономические процессы и явления на микро- и макроуровне.

Уметь:

- анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие;
- анализировать и систематизировать разнородные данные; синтезировать информацию, представленную в различных источниках;
- отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения;
- определять и оценивать последствия возможных решений задачи;
- использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- проводить анализ и интерпретацию данные о социально-экономических явлениях и процессах.

Владеть:

- навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;
- навыками формирования возможных вариантов решения поставленной задачи, оценки их достоинств и недостатков, определения возможных последствий различных вариантов решений задачи;
- навыками использования основных положений и методов экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;
- навыками анализа и интерпретации данных о социально-экономических явлениях и процессах на микро- и макроуровне.

4 Структура дисциплины

Краткое содержание дисциплины: Основы современного маркетинга. Основные концепции развития маркетинга. Система маркетинговой информации и маркетинговые исследования. Сегментация рынка. Товарная политика. Жизненный цикл товара. Маркетинговая среда. Ценовая политика. Каналы товародвижения. Продвижение товара. Международный маркетинг и маркетинг услуг.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы, 216 часа.

Форма промежуточной аттестации экзамен.