

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Захарина Любовь Васильевна
Должность: Директор
Дата подписания: 28.10.2023 00:07:46
Уникальный программный ключ:
32829db09f9b14bb140951a8c1c714m8788

АННОТАЦИЯ ОП.14 Основы маркетинга

1. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Дисциплина «Основы маркетинга» включена в вариативную часть профессионального цикла ОПОП в соответствии с ФГОС СПО по специальности 23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам) базовой подготовки.

Знания, полученные по дисциплине «Основы маркетинга», непосредственно используются при изучении дисциплин: «Экономика отрасли», Транспортная логистика, Менеджмент.

2. Цели изучения дисциплин - формирование у студентов теоретических и практических знаний в области маркетинга и применение полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

3. Основные разделы дисциплины

1. Понятие и сущность маркетинга. Цели и функции маркетинга. Эволюция развития маркетинга.
2. Маркетинговая среда организации
3. Маркетинговые исследования
4. Рынок и рыночные показатели. Сегментирование рынка.
5. Потребительский рынок и поведение покупателей на рынке
6. Конкуренция и конкурентоспособность
7. Товарная политика
8. Ценообразование и ценовая политика предприятия
9. Политика товародвижения и организация сбыта
10. Стратегическое маркетинговое планирование

4. Основные образовательные технологии

Дисциплина «Основы маркетинга» проводится на 3 курсе (VI семестре) и предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов и консультации.

Для студентов в качестве самостоятельной работы предлагается подготовка докладов и сообщений, групповая работа над ситуационными задачами.

5. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **общих компетенций:**

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

профессиональных компетенций:

ПК 1.1. Выполнять операции по осуществлению перевозочного процесса с применением современных информационных технологий управления перевозками.

ПК 2.1. Организовывать работу персонала по планированию и организации перевозочного процесса.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- основные понятия и сущность маркетинга;
- роль маркетинга в экономике в условиях российского рынка;
- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;
- факторы маркетинговой среды;
- виды конкуренции, конкурентоспособность организации;
- критерии и принципы сегментирования,
- виды и стратегии ценообразования;
- каналы товародвижения, типы посредников;
- стратегию и планирование маркетинга

уметь:

- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- разрабатывать мероприятия по формированию спроса и стимулирования сбыта;
- использовать маркетинговые коммуникации для стратегических решений проникновения на рынок, привлечения потребителей и успешного позиционирования.

6. Учебная нагрузка обучающихся:

Обязательная аудиторная - 32 часа;

Самостоятельная работа - 16 часов;

Максимальная учебная нагрузка - 48 часов.

7. Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет, 7 семестр.