АННОТАЦИЯ

дисциплины

«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Специальность – 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».

Квалификация (степень) выпускника – инженер путей сообщения.

Специализации:

«Транспортный бизнес и логистика»,

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Основы маркетинга» (Б1.Б.43) относится к базовой части и является обязательной дисциплиной.

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является расширение и углубление профессиональной подготовки в составе других базовых и вариативных дисциплин и получение необходимых знаний в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

* обеспечение понимания значения маркетинговой информации и принятия маркетинговой концепции для эффективного функционирования и развития деятельности организации;
* ориентация на клиентоориентированный подход в профессиональной деятельности и развитие маркетингового мышления;
* получение знаний, умений и навыков в области маркетинговой деятельности.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-8, ПК-17, ПК-30.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

* содержание маркетинговой концепции управления;
* основные инструменты маркетинга;
* основные методы маркетинговых исследований;
* основы построения маркетинговых коммуникаций.

УМЕТЬ:

* анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
* использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
* ставить и решать задачи операционного маркетинга.

ВЛАДЕТЬ:

* понятийно-терминологическим аппаратом в области маркетинга;
* методами разработки и реализации маркетинговых программ.

**4. Содержание и структура дисциплины**

1 Роль и функции маркетинга в современной экономике.

2 Маркетинговая среда фирмы.

3 Маркетинговые информационные системы.

4 Планирование товара в маркетинге.

5 Планирование товародвижения и сбыта.

6 Планирование продвижения товара в маркетинге.

7 Планирование цен в маркетинге.

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

для очной формы обучения:

лекции – 18 час.

практические занятия – 18 час.

самостоятельная работа – 36 час.

контроль – 36 час.

Форма контроля знаний – экзамен.