

АННОТАЦИЯ
дисциплины
«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Специальность – 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».
Квалификация (степень) выпускника – инженер путей сообщения.

Специализации:

- «Грузовая и коммерческая работа»,
- «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.

для заочной формы обучения:

лекции – 8 час.

практические занятия – 4 час.

самостоятельная работа – 87 час.

контроль – 9 час.

Форма контроля знаний – контрольная работа, экзамен