

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Чирикова Лилия Ивановна

Должность: Директор филиала

Дата подписания: 14.04.2021 19:38:00

Уникальный программный ключ:

750e77999bb0631a45cb7074a579c10950ce1052614fee919158175a4ce0ca05

Аннотация рабочей программы дисциплины

Специальность 23.05.04 Эксплуатация железных дорог

Специализация Магистральный транспорт

Форма обучения Заочная

ДИСЦИПЛИНА: Б1.Б.26 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Цель освоения дисциплины: выработать у будущих специалистов основы маркетингового мышления и дать

основные знания и навыки маркетинговой деятельности

Задачи дисциплины:

- сообщить студентам фундаментальные понятия маркетинга
- дать представление о комплексе маркетинга и содержании его элементов
- дать необходимые теоретические, юридические и методические знания для работы в области маркетинга

Формируемые компетенции:

Дисциплина входит в базовую часть профессионального цикла. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-24: способностью к выполнению анализа состояния транспортной обеспеченности городов и регионов, организации и технологии перевозок, определению потребности в развитии транспортной сети, подвижном составе

Планируемые результаты обучения:

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- основные теоретические понятия маркетинга; - теорию конкурентных рынков; - принципы классификации потребителей;
- теорию жизненного цикла товара;
- юридические основы регулирования маркетинговой деятельности уметь:
- анализировать ситуацию на конкурентном рынке;
- разработать структуру управления маркетинговой деятельностью фирмы;
- анализировать и сегментировать потребительскую среду;
- разработать программу маркетингового исследования;
- анализировать и прогнозировать жизненный цикл товара;
- разработать программу продвижения и маркетинговых коммуникаций

владеть:

- методами анализа конкурентных рынков
- основами методики маркетинговых исследований

Содержание дисциплины:

Дисциплина включает следующие разделы:

1. Маркетинг как вид деятельности, как стратегия и как философия бизнеса
2. Внешняя и внутренняя среда маркетинга
3. Анализ потребительского рынка
4. Товарная политика
5. Ценовая политика
6. Продвижение
7. Продажи. Товародвижение и его каналы Темы для самостоятельной работы:

1. Внешняя и внутренняя среда маркетинга.
2. Товарная политика.
3. Ценовая политика.
4. Продвижение.

Форма промежуточного контроля: тесты

Форма итогового контроля: зачет (3), контрольная работа (3).

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕТ