

Аннотация рабочей программы дисциплины ОП.12 Маркетинг

1. Цель дисциплины: дать основополагающие представления о сущности, развитии и современном состоянии теории и методологии маркетинга, основных категориях маркетинга в практической деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ПССЗ: Дисциплина является общепрофессиональной, устанавливающей базовые знания, необходимые для освоения специальности (за счет вариативной части).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

обладать:

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

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

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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.

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 2.1 Оценивать кредитоспособность клиентов.

ПК 2.4 Проводить операции на рынке межбанковских кредитов.

уметь:

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;
- проводить анализ маркетинговой среды организации;

знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности;
- цели, задачи, функции, принципы, объекты, субъекты;
- маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- основные методы изучения рынка и анализа окружающей среды;
- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, управление маркетингом.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет: максимальная учебная нагрузка обучающегося - 60 часов, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 40 часов;

- самостоятельная работа обучающегося - 20 часов.

5. Семестр: 6

6. Основные разделы дисциплины:

Раздел 1. Основы маркетинга.

Раздел 2. Основные стратегии маркетинга.

Раздел 3. Сбытовая функция маркетинга.

7.Автор: Разогреева Я.А., преподаватель Колледжа ПсковГУ.