

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
Б1.О.06 «Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: получение студентом теоретических знаний по ведению маркетинговой деятельности и формирование практических навыков маркетинговой работы.

Формирование компетенций в области производственного менеджмента.

Формируемые компетенции:

ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ОПК-4 (ИД-1) - Анализирует внутреннюю и внешнюю среду с целью выявления возможностей и угроз рынка;

ОПК-4 (ИД-2) - Разрабатывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций;

ПК-9 - Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

ПК-9 (ИД-1) - Понимает и оценивает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций;

ПК-9 (ИД-2) - Выявляет и анализирует рыночные и специфические риски организации;

ПК-9 (ИД-3) - Проводит анализ рынка на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.