

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Попов Анатолий Николаевич
 Должность: директор
 Дата подписания: 29.05.2023 17:43:44
 Уникальный программный ключ:
 1e0c38dcc0aee73cee1e5c091fd38751c7497bcb

**Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.О.19 Маркетинг
 Направление подготовки: 38.03.02 «Организация и управление в учреждениях
 здравоохранения»**

Объем дисциплины: 4 ЗЕТ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Целью является формирование компетенций, указанных в п. 1.2. в части представленных в п. 1.3. результатов обучения (знаний, умений, навыков)	
Задачами дисциплины является: - формирование целостное представление об изучении теоретических основ маркетинга; - ознакомление с прикладными методами маркетинговых исследований на макро- и микроуровне; - формирование навыков исследования проблем и особенностей организации и планирования маркетинга на предприятиях (организациях, фирмах) различных отраслей экономики; - формирование знаний в области реализации товарной, ценовой и коммуникационной политики; - формирование способностей оценки конкурентоспособности товара и компании; - формирование представления о механизмах международного маркетинга; - формирование знаний в области применения правовой и нормативной базы в организации маркетинговой деятельности; - формирование навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности бакалавра экономиста на предприятии (организации, фирме).	
При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).	
2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-4.1 Применяет теоретические модели к аппарату практических ситуаций в области принятия маркетинговых решений	
Знать:	
Уровень 1	Базовые основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Основные положения организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уметь:	
Уровень 1	Собирать и обобщать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Систематизировать основы применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Анализировать, выделять и использовать основы организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Владеть:	
Уровень 1	Информацией о базовых основах организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 2	Методами обоснования базовых основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
Уровень 3	Навыками критической оценки и использования основ организации применения методы количественного и качественного анализа деятельности предприятий для решения поставленных управленческих задач
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	

Раздел 1.

1 Тема 1.Социально-экономическая основа маркетинга/Лк/Пр/

- 2 Тема 2 Маркетинговые исследования/Лк/Пр/
 - 3 Тема 3 Маркетинговая среда/Лк/Пр/
 - 4 Тема 4 Сегментация рынка и анализ конкурентов/Лк/Пр/
 - 5 Тема 5 Исследование товарного рынка/Лк/Пр/
 - 6 Тема 6 Товарная политика и ценообразование. Маркетинговые коммуникации/Лк/Пр/
- Экзамен
С амостоятельная работа