

Аннотация к рабочей программе по дисциплине ОП.14 Маркетинг

форма обучения – очная

курс –2

семестр – 3

максимальная учебная нагрузка, ч – 40

самостоятельная учебная нагрузка, ч –6

всего, ч –34

в том числе:

теоретическое обучение, ч –16

практические занятия, ч –16

семинар, ч – 2

дифференцированный зачет– 3 семестр

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения учебной дисциплины является изучение важнейших теоретических и методологических вопросов по маркетингу; приобретение практических навыков в маркетинге; воспитание профессионального подхода к работе, ответственности за достоверность экономических показателей, а также формирование необходимых специалисту компетенций.

Задачи освоения учебной дисциплины заключаются в формировании общекультурных компетенций по пониманию сущности и значения маркетинга в развитии современной экономики.

Место дисциплины в структуре ПСССЗ

Учебная дисциплина относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла ПСССЗ ФГОС СПО по специальности 38.02.07. Банковское дело.

Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен уметь:**

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен знать:**

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.