

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Мировая экономика и международные экономические отношения»

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам Блока 1 базовой части Б1.Б.20

2. Объем дисциплины: 3 зачетные единицы

3. Содержание дисциплины: Социально-экономическая сущность маркетинга. Маркетинговые исследования. Комплексное исследование рынка. Программы маркетинга. Покупательское поведение потребителей. Товарная политика предприятия в системе маркетинга. Ценовая политика в системе маркетинга. Сбытовая и торговая деятельность в системе маркетинга. Основные методы продвижения товаров. Управление маркетингом.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);
- способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2);
- способностью выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами (ПК-3);
- способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7);
- способностью использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-10);
- способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-11);
- способностью осуществлять оперативное планирование продаж, организовывать розничные продажи, реализовывать различные технологии продаж в страховании, анализировать эффективность каждого канала продаж (ПК-29).

5. Форма контроля: зачет

6. Разработчик: к.э.н., доцент Кучиева И.Х.