

Аннотация дисциплины

«Основы маркетинга»

Направление 35.03.05 Садоводство

Профили: «Плодоовощеводство и виноградарство»
«Декоративное садоводство и ландшафтный дизайн»

Цель дисциплины – ознакомление студентов с основными теоретическими подходами и взглядами на место и роль маркетинга и маркетинговых исследования в отрасли сельского хозяйства, формирование теоретических и фактических знаний, необходимых для решения важнейших социально-экономических задач – насыщению продовольственного рынка товарами, удовлетворению потребностей населения в них.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

| № п/п | Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной |
|-------|--|
| 1. | способностью к разработке бизнес-планов производства конкурентоспособной продукции, проведению маркетинга (ПК-17); |

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направлению подготовки 35.03.05 «Плодоовощеводство и виноградарство»

| Вид занятий | Форма обучения | | |
|---|----------------------|---------|-------------|
| | очная | заочная | |
| | программа подготовки | | |
| | полная | полная | сокращенная |
| 1. Аудиторные занятия, всего, часов | 40 | | |
| в том числе: | 14 | | |
| 1.1. Лекции | | | |
| 1.2. Лабораторные работы | - | | |
| 1.3. Практические (семинарские) занятия | 26 | | |
| 2. Самостоятельная работа, часов | 32 | | |
| Всего часов (стр. 1 + стр. 2) | 72 | | |
| Общая трудоемкость, зачетных единиц | 2 | | |

Формы промежуточной аттестации:зачет.

Перечень изучаемых тем (основных):

1. Содержание и сущность маркетинга
2. Основные положения теории и практики маркетинга
3. Теория потребительского поведения

4. Внешняя и внутренняя среда маркетинга: сущность и структура
5. Маркетинговая информация
6. SWOT-анализ, сегментирование рынка и позиционирование товара, как методы исследования глобальных маркетинговых проблем
7. Методы проведения маркетинговых исследований на агропродовольственном рынке
8. Товар: содержание и сущность
9. Товарная и марочная политика: содержание и сущность
10. Цены и ценовая политика
11. Формирование коммуникационной политики фирмы
12. Распространение товара в комплексе маркетинга
13. Порядок разработки плана маркетинга
14. Организация маркетинговой деятельности на сельскохозяйственном предприятии