**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«МАРКЕТИНГ»**

* 1. **Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг» является частью основной профессиональной образовательной программы специальности *38.02.03 Операционная деятельность в логистике* базовой подготовки и составлена в соответствии в соответствии с требованиями вариативной части основной профессиональной образовательной программы ***38.02.03 Операционная деятельность в логистике, укрупнённой группы специальностей 38.00.00 Экономика и управление.***

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина «Маркетинг» входит в профессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике. Она включенав рабочий учебный план специальности за счет часов вариативной части циклов образовательной программы.

**1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

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

* определять проблемы и формулировать цели маркетинговой деятельности, организовать маркетинговую деятельность на предприятии;
* определять количественные и качественные характеристики товаров и услуг;
* принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистико-маркетинговых планов на уровне подразделения;
* осуществлять формирование комплекса маркетинга, в т.ч. управление заказами, запасами, транспортировкой, складированием, грузопереработкой, упаковкой, сервисом;
* осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения;
* проводить маркетинговые исследования подразделений и опросы потребителей;
* принимать и экономически обосновывать эффективные маркетинговые решения, используя систему методов управления;

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

* внешнюю и внутреннюю среду организации;
* суть маркетинговой деятельности предприятия в рыночных условиях; стратегию маркетинга;
* механизмы разработки товаров, ценообразования, продвижения товаров и их распределения;
* методику и процесс принятия и реализации управленческих решений;