**АННОТАЦИЯ**

**К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»**

* 1. **Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы маркетинга» является частью основной профессиональной образовательной программы специальности ***221413 Техническое регулирование и управление качеством*** и составлена в соответствии с ФГОС СПО специальности ***221413 Техническое регулирование и управление качеством, базовой подготовки, укрупнённой группы подготовки 220000 Автоматика и управление, направление подготовки 221400 Управление качеством.***

Рабочая программа учебной дисциплины не может быть использованав дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина «Основы маркетинга» входит в профессиональный цикл основной профессиональной образовательной программы специальности ***221413 Техническое регулирование и управление качеством***. Дисциплина «Основы маркетинга»является дисциплиной по выбору образовательного учреждения и включенав рабочий учебный план специальности за счет часов вариативной части циклов ОПОП**.**

**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;
* рассматривать, анализировать и обобщать требования рынка к конкретной продукции, работам услугам; подготавливать предложения по улучшению качества технологических процессов, продукции, систем управления и услуг;
* оценивать влияние предлагаемых мероприятий по улучшению качества на экономическую эффективность производства;
* подготавливать проекты вопросников для анкетирования подразделений организации по вопросам качества;
* проводить обследования подразделений и опросы потребителей;
* экономически обосновывать маркетинговые решения;

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

* связь философии маркетинга и философии качества;
* суть маркетинговой деятельности предприятия в рыночных условиях; стратегию маркетинга;
* Роль повышения качества продукции в обеспечении конкурентоспособности фирмы
* механизмы разработки товаров, ценообразования, продвижения товаров и их распределения;