

**Аннотация рабочей программы дисциплины
ОП.11 Маркетинг
ОПОПССЗ 38.02.07 Банковское дело**

1. Цель дисциплины: дать основополагающие представления о сущности, развитии и современном состоянии теории и методологии маркетинга, основных категориях маркетинга в практической деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ПССЗ: Дисциплина является общепрофессиональной, устанавливающей базовые знания, необходимые для освоения специальности (за счет вариативной части).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Овладеть: ОК 1, 2, 4, 5, 6, 8, 9.

Уметь:

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;
- проводить анализ маркетинговой среды организации;

Знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности;
- цели, задачи, функции, принципы, объекты, субъекты;
- маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- основные методы изучения рынка и анализа окружающей среды;
- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, управление маркетингом.

4. Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет: максимальная учебная нагрузка обучающегося 60 часов, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося 40 часов;
- самостоятельная работа обучающегося 20 часов.

5. Семестр: 6

6. Основные разделы дисциплины:

1. Основы маркетинга.
2. Основные стратегии маркетинга.
3. Сбытовая функция маркетинга.

7. Автор: Разогреева Я.А., преподаватель Колледжа ПсковГУ