МАРКЕТИНГ И ОСНОВЫ ЛОГИСТИКИ
АННТОТАЦИЯ
К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

специальность 6-05 0722 05 «Производство изделий на основе трехмерных технологий»

	Форма получения высшего образования
	Очная (дневная)
Курс	4
Семестр	7
Лекции, часы	16
Практические (семинарские) занятия, часы	16
Зачет, семестр	7
Аудиторных часов по учебной дисциплине	32
Самостоятельная работа, часы	76
Всего часов/зачетных единиц	108/3

1 Краткое содержание учебной дисциплины

Современная концепция маркетинга. Маркетинговая среда фирмы. Маркетинговые исследования. Товарная политика. Ценовая политика. Коммуникационная политика. Политика распределения. Основы логистики.

2 Результаты обучения: обучающийся должен

знать:

- сущность, основные понятия и категории маркетинга,
- концепции маркетинга,
- принципы маркетинга,
- функции маркетинга,
- инструментарий маркетинга,
- содержание, цели и задачи маркетинговых исследований,
- комплекс маркетинга предприятия;
- основные понятия, принципы и функции логистики, понятие и методы исследования логистических систем, функциональные области логистики.

уметь:

- использовать маркетинг в практической деятельности организаций;
- проводить маркетинговые исследования и сегментирование рынка;
- разрабатывать товарную, ценовую, коммуникационную политику и политику распределения,
- классифицировать логистические потоки и разрабатывать логистические стратегии.

иметь навык:

- использования инструментов товарной, ценовой, коммуникационной и распределительной политики;
- проведения маркетинговых исследований
- построения логистических систем организации.

3 Формируемые компетенции

Анализировать товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию предприятия и управлять движением материальных потоков в процессе закупки сырья и материалов, производства и распределения готовой продукции

4 Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Используется модульно-рейтинговая система. Текущая аттестация: опросы. Промежуточная аттестация: зачет.