

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 18.09.2023 11:38:38

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

Т.А. Шебзухова

«__» _____ 20__ г.

Аннотация по модулю «Коммуникативные аспекты профессиональной деятельности»

Наименование дисциплины (модуля)	Коммуникативные аспекты профессиональной деятельности
Раздел модуля	Маркетинг
Содержание	Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции. Система маркетинговых исследований. Сегментация рынка. Товар в маркетинговой деятельности. Особенности ценообразования в маркетинге. Продвижение и сбыт продукции. Маркетинговые коммуникации. Маркетинговый контроль. Международный маркетинг
Формируемые компетенции	ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	ОПК-4 Знать: – основные понятия маркетинга; – содержание маркетинговой концепции управления – основные функции и подфункции маркетинговой деятельности; – содержание маркетинговой концепции управления – факторы внешней и внутренней среды организации; сегментацию рынка; Уметь: – выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций; – разрабатывать бизнес-планы проектов и новых направлений бизнеса; – использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; – определять групповые и интегральные показатели конкурентоспособности товаров и услуг; – использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; – разрабатывать и выполнять маркетинговые планы и программы; уметь анализировать конкурентную среду отрасли; – проводить анализ внутренней и внешней среды организации

	Владеть: – методами разработки и реализации маркетинговых программ для достижения результата и качества работы; – способностью определять функциональные области организации и организовать производство и сбыт продукции/услуг; – способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, выявлять и анализировать поведение потребителей и формирование спроса; – способностью оценки рисков
Трудоемкость, з.е.	5
Формы отчетности	Экзамен по модулю «Коммуникативные аспекты профессиональной деятельности»
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71036.html
Дополнительная литература	1. Мансуров Р.Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс] : практикум / Р.Е. Мансуров. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2017. — 182 с. — 978-5-9729-0178-4. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69015.html