Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Михайлович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 06.11.2026 23:44:41
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f00c4043156a3692d57b7e

# АННОТАЦИЯ
## к рабочей программе дисциплины
## «Маркетинг»

**1. Общая характеристика.**

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы ФГБОУ ВО Донской ГАУ по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия, направленность Агробизнес, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от № 699 от 26.07.2017.

**Требования к результатам освоения.**

Профессиональные компетенции (ПК):

- Способен рассчитывать и анализировать финансово-экономические показатели деятельности организации, определять резервы роста и результативности, а также планировать и обосновывать мероприятия по управлению затратами и финансовыми ресурсами в агробизнесе (ПК-2).

Индикаторы достижения компетенции:

- Применяет методы маркетингового исследования, оценивает влияние внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации (ПК-2.3)

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Знание: теоретических и методических основ организации маркетинга, понятийного аппарата учебной дисциплины и основных методов маркетинговых исследований для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; рыночных возможностей, их использования, анализа и обработки маркетинговой информации, а также моделей потребительского поведения; методов рекламной работы и «паблик рилейшнз» для разработки и осуществления маркетинговой стратегии организации в различных областях жизнедеятельности.

Умение: профессионально вести маркетинговую работу, используя основы экономических знаний для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; оформлять решения в управлении маркетинговой деятельностью организации, готовить предложения по товарной политике на основе навыков стратегического анализа

Опыт деятельности: использование практических навыков и основ экономических знаний в различных сферах деятельности, полученных при изучении дисциплины «Маркетинг» для принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; накапливать опыт деятельности, применяя на практике навыки анализа информации, необходимой для принятия обоснованных экономических решений в управлении сбытовой и маркетинговой деятельности организаций.

Содержание программы дисциплины: Основные понятия маркетинга; Поведение покупателей; Информация в маркетинге; Выбор целевого рынка; Товарная политика фирмы; Ценовая политика фирмы; Сбытовая политика фирмы; Коммуникационная политика фирмы; Управление маркетингом

2. **Форма промежуточной аттестации**: зачет.
3. **Разработчик**: канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и товароведения Шейхова М. С.