

## **Аннотация рабочей программы дисциплины**

### **Б1.Б.11. «Маркетинг»**

Цель освоения дисциплины: формирование компетенций в области производственного менеджмента, получение студентом теоретических знаний по ведению маркетинговой деятельности и формирование практических навыков маркетинговой работы.

Формируемые компетенции:

Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17).

Форма промежуточной аттестации: экзамен.