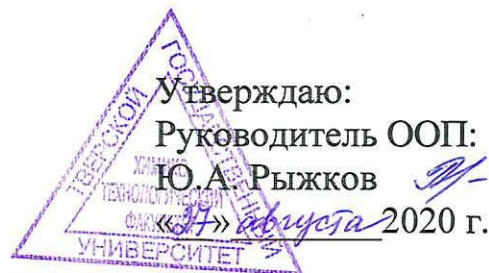


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45  
Уникальный программный ключ: 69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

## МАРКЕТИНГ НА ПИЩЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Направление подготовки

19.03.02 ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ИЗ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ

Профиль подготовки

Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий

Для студентов 4 курса очной формы (2 курса заочной формы) обучения

Составитель:

Ст. преп. Торская А.Н.

Тверь, 2020

## 1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом

Маркетинг на пищевых предприятиях

## 2. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины являются формирование у студентов понимания роли и места маркетинга в рыночной экономике России, современной концепции маркетинга, получение ими базовых знаний в области маркетинговой политики предприятий пищевой отрасли, а также приобретения ими навыков решения различных задач маркетингового управления.

## 3. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

В структуре ООП бакалавриата данная дисциплина включена в дисциплины профиля блока.8. вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана подготовки бакалавров по направлению подготовки 19.03.02 «Продукты питания из растительного сырья», профиль подготовки «Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий».

Перечень теоретических дисциплин, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: математика, биохимия, менеджмент, маркетинг.

## 4. Объем дисциплины:

**Очная форма обучения:** 5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе контактная работа: лекции 18 часов, практические занятия 18 часов, самостоятельная работа: 108 часов. + 36 час. (контроль)

**Заочная форма обучения:** 5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе контактная работа: лекции 4 часов, практические занятия 4 часов, самостоятельная работа: 163 часов. + 9 час. (контроль).

**По переходному плану заочная форма обучения:** 6 зачетных единиц, 216 академических часов, в том числе контактная работа: лекции 8 часов, практические занятия 8 часов, самостоятельная работа: 191 часов. + 9 час. (контроль).

## 5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-8 готовность обеспечивать качество продуктов питания из растительного сырья в соответствии с требованиями нормативной документации и потребностями рынка	<b>Владеть:</b> - методами технокимического контроля качества сырья, полуфабрикатов и готовых изделий; статистическими методами обработки экспериментальных данных для анализа качества продуктов питания из растительного сырья; <b>Уметь:</b> - формировать ассортимент выпускаемой продукции на пищевом предприятии; <b>Знать:</b> - специфику маркетинговой деятельности на предприятиях пищевой промышленности; маркетинговую составляющую всех стадий создания и движения товара от его замысла до реализации спроса на него;
ОПК-2 способностью разрабатывать мероприятия по совершенствованию технологических процессов	<b>Владеть:</b> - способностью пользоваться нормативными документами, определяющими требования при проектировании пищевых предприятий; участвовать в сборе исходных данных и разработке проектов предприятий по выпуску продуктов питания из растительного сырья;

<p>производства продуктов питания из растительного сырья</p>	<p><b>Уметь:</b> использовать нормативно-правовые документы в своей деятельности; - применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.</p> <p><b>Знать:</b> - методики разработки маркетинговых планов; принципы маркетингового ценообразования; технологию сбыта товаров; методы формирования каналов товародвижения; способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей;</p>
--	---

**6. Форма промежуточной аттестации**

- очная форма: экзамен в 7-ом семестре.
- заочная форма: экзамен на 2 курсе (зимняя сессия).
- по переходному плану заочная форма: экзамен на 2 курсе (зимняя сессия).

**7. Язык преподавания русский.**