

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Аннотация рабочей программы дисциплины**

**Б1.О.07 Аналитические исследования и стратегический маркетинг в сфере производства пищевых продуктов**

<b>Направление подготовки:</b>	19.04.05 Высокотехнологичные производства пищевых продуктов функционального и специализированного назначения
<b>Профиль подготовки:</b>	Разработка инновационных биотехнологий для пищевой промышленности
<b>Форма обучения:</b>	очная

**Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

*Компетенции, индикаторы и результаты обучения*

ОПК-1 Способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции развития предприятия

ОПК-1.1 Способен проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний и результатов исследований

*Знать:*

ОПК-1.1/Зн1 Знать базовые концепции теории маркетинга и особенности маркетинга на рынке пищевых продуктов.

*Уметь:*

ОПК-1.1/Ум1 Уметь проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний в сфере маркетинга с учетом результатов аналитических исследований на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

ОПК-1.2 Применяет современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия

*Знать:*

ОПК-1.2/Зн1 Знать современные методы маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

*Владеть:*

ОПК-1.2/Нв1 Владеть современными методами маркетинга для формирования эффективной стратегии, инновационной политики и конкурентоспособной концепции развития предприятия по производству пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

ОПК-5 Способен организовывать научно-исследовательские и научно-производственные работы для комплексного решения профессиональных задач

ОПК-5.1 Разрабатывает планы проведения научно-исследовательских работ и маркетинговых исследований в области прогрессивных биотехнологий и новой биотехнологической продукции для пищевой промышленности с целью поиска и разработки новых эффективных путей получения биотехнологических продуктов, создания современных биотехнологий

*Знать:*

ОПК-5.1/Зн2 Знать методологию исследований рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, виды и источники информации, используемые в исследованиях рынка.

*Уметь:*

ОПК-5.1/Ум2 Уметь собирать и анализировать информацию о рынке пищевых продуктов, критически оценивать состояние и перспективы развития сегментов рынка в глобальном масштабе и в России; планировать и проводить исследования рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения, базирующиеся на научных методах исследований.

ОПК-4 Способен использовать методы моделирования функциональных и специализированных продуктов и проектирования высокотехнологических процессов производства пищевой продукции

ОПК-4.2 Применяет методы экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции

*Знать:*

ОПК-4.2/Зн1 Знать основные этапы планирования и проведения комплекса исследований по оценке привлекательности сегментов рынка пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.

*Владеть:*

ОПК-4.2/Нв1 Владеть методами экономико-математического моделирования для оценки влияния новых технологий, новых видов сырья, технологического оборудования на конкурентоспособность и потребительские качества биотехнологической продукции

### **Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина Б1.О.07 «Аналитические исследования и стратегический маркетинг в сфере производства пищевых продуктов» относится к обязательной части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 2, 3.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.О.03 Статистические методы и планирование эксперимента;

Б1.О.01 Сырьевая база пищевой биотехнологии;

Б2.О.01(У) учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы);

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

ФТД.В.02 Анализ научных и производственных данных с использованием программы Microsoft Excel;

Б1.О.10 Математическое моделирование;

Б1.О.11 Моделирование биотехнологических процессов;

Б1.О.09 Общий и стратегический менеджмент;

Б3.О.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы;

Б2.О.01(У) учебная практика, научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы);

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

### **Содержание разделов, тем дисциплины**

#### ***Раздел 1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов.***

##### *Тема 1.1. Введение в теорию и практику маркетинга. Особенности маркетинга пищевых продуктов.*

Классические определения маркетинга и управления маркетингом. Связь теории маркетинга с другими науками и дисциплинами. Общественное значение маркетинга. Предпосылки, цели и содержание концепции социально-этического маркетинга. Сущность ключевой концепций теории и практики маркетинга – «4 Р». Особенности и функциональные задачи стратегического и операционного маркетинга, основные функциональные задачи маркетинга.

#### ***Раздел 2. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов***

##### *Тема 2.1. Характерные особенности и современные тенденции развития российского рынка пищевых продуктов*

Понятие отрасли пищевых продуктов и пищевой промышленности. Структура пищевой промышленности с точки зрения представленных компаний. Характер динамики и региональной структуры российского рынка пищевых продуктов. Основные тенденции развития рынка пищевых продуктов в развитых и развивающихся странах.

#### ***Раздел 3. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов.***

##### *Тема 3.1. Основы проведения аналитических исследований рынка.*

Цели, принципы и методы проведения аналитических исследований. Виды и источники информации о рынке пищевых продуктов. Первичная и вторичная информация о рынке. Анализ и интерпретация информации. Ведущие компании, предоставляющие вторичную информацию о рынке пищевых продуктов. Алгоритмы проведения типовых видов аналитических исследований рынка пищевых продуктов. Понятие границ рынка, целевой аудитории и ниш рынка.

*Тема 3.2. Аналитические исследования на рынке пищевых продуктов функционального и специализированного назначения.*

Исследование уровня и динамики развития конкуренции. Внешние и внутренние конкурентные преимущества. Типы рыночных структур на рынке пищевых продуктов. Цикл жизни пищевых продуктов. Цели и методы анализа продуктового портфеля компаний. Основные тенденции развития мирового и российского рынка пищевых продуктов. Ведущие компании, продукты. Макроэкономические факторы и факторы отраслевой среды в анализе рынка пищевых продуктов. Сегментация рынка пищевых продуктов. Оценка динамики развития рынка в контексте основных факторов, на нее влияющих. Прогнозирование развития рынка пищевых продуктов.

**Объем дисциплины и виды учебной работы**

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации в период теоретического обучения (часы)	Лекции (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа студента (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Второй семестр	108	3	60	24	12	24	44	Зачет (4)
Третий семестр	108	3	60	24	12	24	40	Дифференцированный зачет (4) Курсовая работа (4)
Всего	216	6	120	48	24	48	84	12

**Разработчик(и)**

Кафедра экономики и управления, старший преподаватель Халимова А. А.