

Аннотация рабочей программы

«Маркетинг» является дисциплиной обязательной части Блока 1 [Б1.О.25].

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленности (профиля) программы «Финансы и учет».

Цель изучения дисциплины - получение специальных знаний и навыков в области теории и практики маркетинговой деятельности организаций и предприятий, работающих в условиях рыночных отношений, как на внешнем, так и на внутреннем рынке.

Задачи дисциплины: формирование навыков по разработке комплексных маркетинговых мер воздействия на рынок; изучение методов системного анализа рынка и его прогнозирования, знакомство с отечественным и зарубежным опытом маркетинговой деятельности.

Основными задачами курса являются:

- освоить основные понятия маркетинга;
- знать технику проведения маркетинговых исследований;
- уметь моделировать покупательское поведение потребителей;
- сформировать навыки управления товарным ассортиментом;
- знать методику ценообразования в системе маркетинга;
- владеть основными направлениями повышения эффективности выбора, построения и функционирования каналов товародвижения и сбыта продукции;
- усвоить планирование рекламной активности и других форм продвижения товара;
- уметь разрабатывать рыночную стратегию предприятия.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Знает способы принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности.
	УК-10.2. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.
	УК-10.3. Владеет приемами принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности.
ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Знает методические подходы к процедурам подготовки экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений.
	ОПК-4.2. Умеет применить экономико-математический инструментарий для экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений.
	ОПК-4.3. Владеет методикой экономического обоснования организационно-управленческих решений.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- способы принятия обоснованных экономических решений в маркетинговой

деятельности; (УК-10.1.)

– методические подходы к процедурам подготовки экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в современной маркетинговой политике. (ОПК-4.1.)

Уметь:

– принимать обоснованные экономические решения по современной маркетинговой концепции управления (УК-10.2);

– применить экономико-математический инструментарий для экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений маркетинговой политики предприятия; (ОПК-4.2.)

Владеть:

– приемами принятия обоснованных экономических решений в маркетинговой деятельности; (УК-10.3.)

– методикой экономического обоснования организационно-управленческих решений в современной маркетинговой политике. (ОПК-4.3.)

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с содержанием следующих разделов: Основные понятия маркетинга. Маркетинговая среда организации. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Процесс управления маркетингом. Маркетинговые исследования. Товар и его коммерческие характеристики. Виды цен и условия их применения. Классификация методов и средств стимулирования реализации продукции. Торговые посредники и их классификация. Каналы распределения: уровни и типы организации. Организация оптовой и розничной торговли. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Бюджет маркетинга. План маркетинга. Маркетинговый контроль. Особенности международного маркетинга.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия - 32 часа, практические занятия - 58 часов, 90 часов самостоятельной работы студента.

Текущий контроль осуществляется в течение периода обучения (модуля) и включает в себя проверку выполнения самостоятельных и домашних заданий, письменных опросов.

Промежуточный контроль осуществляется при завершении дисциплины в форме зачета, экзамена и защиты курсовой работы.