

Аннотация дисциплины «Маркетинг»

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

1.1 Цель освоения дисциплины.

Цель освоения дисциплины «Маркетинг» (Б.1.Б.16) – сформировать знания о теоретических и прикладных аспектах маркетинга, научить обучающихся использовать на практике методы и приемы маркетинга, необходимые в будущей профессиональной деятельности.

1.2. Задачи дисциплины:

1. вооружить обучающихся глубокими и конкретными знаниями в сфере маркетинговой деятельности с целью использования их в практической деятельности;
2. раскрыть для обучающихся особенности работы службы (отдела) маркетинга предприятия;
3. дать практические навыки для использования маркетинга в деятельности фирмы и будущей профессиональной деятельности.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б.1.Б.16. «Маркетинг» относится к базовым дисциплинам учебного плана Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных компетенций (ОК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
1	ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;	Знать: содержание маркетинговой концепции управления; внешнюю и внутреннюю среду маркетинга; принципы классификации рынка; способы сегментирования рынка; способы	Уметь: анализировать рыночные ситуации, регулировать коммерческие отношения между поставщиками и покупателями товаров и услуг; решать различные маркетинговые ситуации на предприятии	Владеть: экономической терминологией, лексикой и основными категориями маркетинга, методами сбора первичной и вторичной информации; методами изучения рынка и анализа рыночных возможностей

			уменьшения риска; способы продвижения товара на рынок; особенности товарной политики предприятия; основы маркетинговых коммуникаций		фирмы, методами распространения и продвижения товара на рынок
--	--	--	--	--	--

Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия тематическим планом не предусмотрены

Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы тематическим планом не предусмотрены

Основная литература:

1. Цахаев, Р.К. Маркетинг: Учебник. [Электронный ресурс] : учеб. / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 552 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93523> .
2. Ким, С.А. Маркетинг: Учебник. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2017. — 260 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93392> .
3. Нуралиев, С.У. Маркетинг: Учебник. [Электронный ресурс] : учеб. / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 362 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93332> .
4. Романов, А.А. Маркетинг. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2016. — 440 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93316> .

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань», «Юрайт» и др.

Автор Новикова Е.Н.