

## АННОТАЦИЯ

дисциплины

### Б1.Б.10 МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Общее количество часов – 180

Количество зачетных единиц – 5

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

#### **Задачи дисциплины:**

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

#### **Место дисциплины в структуре образовательной программы.**

Дисциплина **Б.1.Б.10 «Маркетинг»** относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

#### **Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции).**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (согласно ФГОС):

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части)                                                 | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                                       |                                                                                                                                                              |                                                                                                                                          |
|--------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                       | знать                                                                                                                                             | уметь                                                                                                                                                        | владеть                                                                                                                                  |
| 1      | <b>ОК-3</b>        | Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности | современное состояние и перспективы развития различных отраслей экономики; особенности маркетинга различных сфер деятельности; основные источники | применять основные экономические знания; использовать маркетинговую информацию и выявлять информационные потребности пользователей; формировать требования к | навыками сбора и обработки необходимых данных об экономических процессах; навыками подготовки экономических обзоров научной литературы и |

|   |              |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                   |                                                                                                                        |                                                                                                                                                                        |
|---|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |              |                                                                                                                                                                                | информации для маркетинговых исследований.                                                                                                        | информационно й системе.                                                                                               | электронных информационно-образовательных ресурсов в различных сферах деятельности.                                                                                    |
| 2 | <b>ПК-17</b> | Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели | содержание маркетинговой концепции управления; внешнюю и внутреннюю среду маркетинга; принципы классификации рынка; способы сегментирования рынка | анализировать рыночные ситуации, регулировать коммерческие отношения между поставщиками и покупателями товаров и услуг | экономическо й терминологие й, лексикой и основными категориями маркетинга                                                                                             |
| 3 | <b>ПК-18</b> | владение навыками бизнес-планирования создания и планирования новых организаций (направлений деятельности, продуктов)                                                          | способы уменьшения риска; способы продвижения товара на рынок; особенности товарной политики предприятия; основы маркетинговых коммуникаций       | решать различные маркетинговые ситуации на предприятии                                                                 | методами сбора первичной и вторичной информации; методами изучения рынка и анализа рыночных возможностей фирмы, методами распространения и продвижения товара на рынок |

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма контроля:** экзамен

### **Основная литература:**

1. Синяева, И. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/marketing-401707#page/1>
2. Григорьев, М. Н. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 559 с. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/marketing-410431#page/1>

### **Дополнительная литература:**

1. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата / В. В. Кулибанова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 259 с — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/marketing-v-servise-395070#page/1>
2. Корнеева, И. В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 436 с.— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/marketing-404233#page/1>
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 385 с. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/marketing-395961#page/1>
4. Карпова, С. В. Маркетинг[Электронный ресурс]: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/marketing-teoriya-i-praktika-406454#page/1>

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

Автор: Путылин В. И.