

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	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОК-3	Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	современное состояние и перспективы развития различных отраслей экономики; особенности маркетинга различных сфер деятельности; основные	применять основные экономические знания; использовать маркетинговую информацию и выявлять информационные потребности пользователей; формировать	навыками сбора и обработки необходимых данных об экономических процессах; навыками подготовки экономических обзоров научной

			источники информации для маркетинговых исследований.	требования к информационно й системе.	литературы и электронных информационных ресурсов в различных сферах деятельности.
2	ПК-17	Способностью 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	способами выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
3	ПК-18	владением навыками бизнес-планирования создания и планирования новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	способы продвижения товара на рынок; особенности товарной политики предприятия; основы маркетингового планирования новых товарных продуктов	решать различные маркетинговые ситуации новых организаций	навыками бизнес-планирования создания и планирования маркетинговых направлений деятельности.

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: Новикова Е.Н.