

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 компет енции	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;	применять основные экономические знания; использовать маркетинговую информацию и выявлять информационные потребности пользователей;	навыками сбора и обработки необходимых данных об экономических процессах; навыками подготовки экономических обзоров

			основные источники информации для маркетинговых исследований.	формировать требования к информационно-й системе.	научной литературы и электронных информационных-образовательных 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, 2018. – 495 с. – URL: <https://biblio->

[online.ru/viewer/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE/marketing#page/1](https://biblio-online.ru/viewer/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE/marketing#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, 2018. – 559 с. – URL: <https://biblio-online.ru/viewer/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4/marketing#page/1>

Дополнительная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата / С. В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 404 с. – URL: <https://biblio-online.ru/viewer/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CACD467/marketing-v-otraslyah-i-sferah-deyatelnosti#page/1>

2. Корнеева, И. В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 436 с. – URL: <https://biblio-online.ru/viewer/AD797715-625F-4450-A6A9-7BCEAAFA79AF/marketing#page/1>

3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 385 с. – URL: <https://biblio-online.ru/viewer/9824C2E2-E22F-437F-AAC6-2E4B13D68609/marketing#page/1>

4. Карпова, С. В. Маркетинг [Электронный ресурс]: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 408 с. – URL: <https://biblio-online.ru/viewer/13BCAB7C-D84E-46E7-B99C-EA589B880F5D/marketing-teoriya-i-praktika#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.