

АННОТАЦИЯ
дисциплины «Б1.Б.20 Маркетинг»
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) Финансы и кредит

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц, 144 ч.

Цели изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины Маркетинг - изучение студентами основных теорий, концепций и ключевых проблем современного маркетинга, а также выработка базовых навыков принятия и реализации управленческих решений.

Задачи дисциплины

- изучить теоретические основы, важнейшие понятия, принципы организации системы эффективного маркетинга;
- овладеть практическими навыками решения типовых задач маркетинга организации;
- овладения навыками практической работы по анализу механизма улучшения сбыта продукции организации.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Маркетинг относится к базовой части модуля Б1.

«Маркетинг» - одна из важнейших дисциплин в системе подготовки студентов по направлению «Экономика», который позволяет расширить область знаний будущих бакалавров, сформировать у них практические навыки решения актуальных проблем в сфере роста объема продаж. Имеет логические и методологические последующие связи с дисциплинами гуманитарного, социального и экономического цикла и профессионального цикла, наиболее тесные с связи со следующими дисциплинами: управленческий анализ, экономика предприятия, микроэкономика, макроэкономика, психология и т.д.

Необходимым требованием к «входным» знаниям, умениям и опыту деятельности обучающегося при освоении данной дисциплины, приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин является: знание основ экономической теории, экономики, экономики предприятия, статистики, психологии, социологии, менеджмента.

Дисциплина изучается в 6 семестре, по окончании которого предусмотрен экзамен. Курс состоит из лекционных и практических занятий, сопровождаемых регулярной индивидуальной работой преподавателя со студентами в процессе самостоятельной работы.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций: ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-7; ПК-8

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Контактная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Роль маркетинга в экономическом развитии страны.	37	12	12		13
2.	Формирование товарной политики и рыночной стратегии	38	12	12		14
3.	Организация маркетинговой службы	37	12	12		13
	Итого по дисциплине	112	36	36		40
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Иная контактная работа:	5				
	Контроль:	26,7				
	<i>Всего:</i>	144	36	36		40

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. ЭБС: URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE#page/1>
2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 559 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-05818-5. ЭБС: URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/D4EB1A25-2E9A-4695-BDED-DCAB65C744B4#page/1>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 404 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. ЭБС: URL: [https://www.biblio-online.ru/viewer/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CACD467#/#/](https://www.biblio-online.ru/viewer/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CACD467#/)
4. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 474 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3301-7. ЭБС: URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4#page/1>

5. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. ЭБС: URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/7BFFFE8C-2720-4138-A588-21E1A3065865#page/1>