

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.В.01 Теория и методология современного маркетинга

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель освоения дисциплины

Через систему знаний о закономерностях и законах маркетинговой деятельности расширить представления студентов: о современной маркетинговой деятельности при решении проблем управления производством и реализацией товаров и услуг в интересах потребителей; о направлениях и путях развития товарного рынка в России и за рубежом; о проблемах использовании новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в бизнесе.

Задачи дисциплины.

- сформулировать понятийный аппарат, составляющий конструкцию современной маркетинговой деятельности на рынке;
- показать основные виды и формы маркетинговой деятельности;
- показать роль и место маркетинга в современных экономических условиях;
- сформировать у обучающихся четкое представление о маркетинге как концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности;

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и методология современного маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение дисциплины является необходимым для изучения дисциплин: «Практикум по проведению маркетинговых исследований», «Ценообразование в маркетинге», «Бренд менеджмент», «Организация и планирование маркетинговых программ».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет проектов	
ИПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: основы маркетинга; Современные тенденции развития маркетинга "
	Умеет: взаимодействовать посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Анализировать и выявлять актуальные формы и методы маркетинга
ИПК-3.2 Оценивает эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Трудовое действие: использует основные формы и методы маркетинга; использует инструменты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для реализации задач маркетинга
	Знает: Основы маркетинга; Современные тенденции развития маркетинга "
ИПК-3.3 Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-	Умеет: анализировать и выявлять актуальные формы и методы маркетинга; Проводить первичную оценку маркетинга
	Трудовое действие: использует основные формы и методы маркетинга; использует инструменты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для реализации задач маркетинга
ИПК-3.3 Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-	Знает: Основы маркетинга; Современные тенденции развития маркетинга "
	Умеет: анализировать и выявлять актуальные формы и методы маркетинга; Применять инструменты стратегического маркетинга

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
телекоммуникационной сети «Интернет»	Трудовое действие: использует основные формы и методы маркетинга; использует инструменты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для реализации задач маркетинга
ИПК-3.4 Формирует и обосновывает бюджет продвижения проекта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы маркетинга; Современные тенденции развития маркетинга "
	Умеет: анализировать и выявлять актуальные формы и методы маркетинга; Проводить первичную оценку маркетинга
ИПК-3.5 Демонстрирует способность использовать инструменты контроля стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Трудовое действие: использует основные формы и методы маркетинга; использует инструменты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для реализации задач маркетинга
	Знает: Основы маркетинга; Современные тенденции развития маркетинга "
	Умеет: анализировать и выявлять актуальные формы и методы маркетинга; Применять инструменты стратегического маркетинга
	Трудовое действие: использует основные формы и методы маркетинга; использует инструменты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для реализации задач маркетинга

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Виды работ		Форма обучения
		очная
		1
		семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:		
Аудиторные занятия (всего):		30,3
занятия лекционного типа		6
практические занятия		24
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3
Самостоятельная работа, в том числе:		51
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка практическим занятиям.)		10
Подготовка индивидуального задания (маркетингового исследования)		41
Контроль:		26,7
Подготовка к экзамену		26,7
Общая трудоемкость	час.	108
	в том числе контактная работа	30,3
	зач. ед	3

Курсовые работы: *не предусмотрена.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Авторы:

В.О. Покуль, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, канд. экон. наук, доцент.