

Аннотация

рабочей программы дисциплины «Маркетинг»

квалификация выпускника - бакалавр

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Авторы: Худякова Оксана Николаевна, к.ф.н.

Учебный цикл/учебный блок	Базовая часть
Трудоемкость дисциплины	<p>Очная форма обучения: Лекции - 54 Практические занятия - 54 Самостоятельная работа – 36 Курсовая работа - + Экзамен - 36</p> <p>Заочная форма обучения: Лекции - 8 Практические занятия - 8 Самостоятельная работа – 155 Курсовая работа - + Экзамен - 9</p> <p><i>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы) – 180 час/ 5 зач. ед.</i></p>
Курс, семестр	<p>Очная форма обучения: 3 курс 6 семестр Заочная форма обучения: 3 курс</p>
Место дисциплины в структуре ООП (предшествующие дисциплины, последующие дисциплины)	Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина относится к базовой части программы бакалавриата и является обязательной.
Формируемые компетенции	ПК - 17
Цель дисциплины	Обучить студентов приемам активной деятельности на рынке товаров потребительского назначения, методам системного решения проблем их производства и реализации, гибкого приспособления к изменениям рынка, дифференцированного подхода к потребителям. Дать будущему выпускнику конкретные знания о структуре и функционировании современного рыночного механизма.
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение маркетинга, как философии и методологии современного предпринимательства. 2. Изучение теории потребительского поведения; типов рынков и маркетинговой деятельности компаний. 3. Знакомство с маркетинговой средой, принципами сегментации рынка, анализом потребителей и конкурентов. 4. Освоение теоретических положений о видах и назначениях маркетинговых исследований, товарной и марочной политик, видах ценовых решений в маркетинге, видах и выборе каналов распределения, формах активного продвижения товаров, рекламе, имидже, планировании, организации и контроле маркетинга на предприятии.

	5. Ознакомление студентов с основными областями применения маркетинга.
Основные разделы дисциплины (модули)	<p>Понятие и организация маркетинга. Маркетинг и удовлетворение потребностей. Маркетинговые исследования: сбор и обработка информации. Маркетинговые исследования: анализ и прогноз. Товарная политика в маркетинге фирмы. Ценовая политика фирмы. Товародвижение и дистрибьюция. Маркетинговая коммуникационная политика.</p>