Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.17 Маркетинг

1. Место дисциплины в структуре ОП ВО бакалавриата направления 38.03.01 "Экономика"

Данная дисциплина (модуль) относится к базовой (общепрофессиональной) части профессионального цикла Б1.Б.17 и изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Маркетинг рассматривается как комплексная концепция управления, направленная на изучение рыночной среды и запросов потребителей с целью их удовлетворения, а также с целью их конструирования согласно разрабатываемым на основе маркетинговых программ стратегическим направлениям развития самой фирмы.

В данном курсе раскрывается содержание понятия «маркетинг», изучаются основы и сущность маркетинга, теория и практика современного маркетингового механизма воздействия на конкурентные позиции фирмы на рынке.

Курс маркетинг является предшествующей дисциплиной для курса «Микс-маркетинг».

2. Цели освоения учебной дисциплины.

Роль маркетинга в экономическом развитии страны определяется деятельностью компании, действительно реализующей на практике концепцию маркетинга. В условиях рыночной экономики возникает необходимость нацеливания всей деятельности предприятия на удовлетворение потребностей спроса покупателей, то есть переход на работу в условиях маркетинга. Изучению основ этой деятельности и посвящена дисциплина «Маркетинг».

Маркетинг является неотъемлемым и обязательным курсом подготовки экономистов, менеджеров. Управление предприятием на основе концепции маркетинга имеет особое значение и для предприятий, производящих сырьевую продукцию. Это вызвано повышением самостоятельности горнодобывающих предприятий в условиях развития рыночной экономики, активизации внешнеэкономической деятельности. Изучение дисциплины должно способствовать формированию у студентов нового экономического мышления.

Цель дисциплины:

- дать студентам бакалавриата базовые знания в области теории и практики маркетинга, как современной концепции управления фирмой.

Задачами дисциплины являются:

- развитие у студентов культуры экономического мышления;
- знакомство и закрепление знаний в части понятийного аппарата маркетинга как науки, современных концепций;
- изучение идей маркетинга как философии и инструментария предпринимательства;
- развитие способности умелого использования студентами полученных знаний при практическом применении стратегического и практического маркетинга.

3. Структура дисциплины

Понятие маркетинга
Маркетинговое исследование рынка
Сегментация рынка
Товар и услуга в маркетинге

МСИ
Подписан: МСИ
Основание: Я являюсь автором этого документа
Дата: 2021.09.17 10:04:34+03'00'

Ценовая политика в маркетинге
Сбытовая политика предприятия
Анализ в маркетинге
Маркетинговые коммуникации продвижения товара
Управление в маркетинге
Международный маркетинг

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю) «Маркетинг»:

способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

	Уровни сформирован-ности компетенции	Описание показателей уровня сформированности компетенции	Описание критериев уровня сформированности компетенции	Методы контроля сформированности компетенции
1	2	3	4	5
1	Пороговый уровень	Обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОП. Подразумевает овладение знаниями предметной области и понимание принципов их функционирования.	Владеть: приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности В 1(ОК-7) –I Владеть: технологиями организации процесса самообразования; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности. В 2(ОК-7) - I Уметь: планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности. У 1(ОК-7) –I	Практические занятия, самостоятельная работа, итоговая аттестация.

			Уметь: самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности. У 2(ОК-7) –I Знать: содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности. З 1(ОК-7) –I	

5. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных единицы (ЗЕ), 144 академических часа.

6. Форма контроля.

Форма контроля по дисциплине – экзамен.