

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б.3 Б.4 МАРКЕТИНГ

**Семестр: 4**

**Количество часов: 144**

**Количество зачетных единиц: 3**

**Промежуточная аттестация: зачет**

### **Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина относится к базовой части БЗ цикла учебного плана, является профессиональной дисциплиной.

**Цель и задачи освоения дисциплины:** дисциплины является приобретение студентами необходимых знаний по маркетингу и практических навыков в творческом применении концепции маркетинга в постоянно изменяющихся рыночных условиях.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач (в соответствии с ФГОС, п.).

*В области расчетно-экономической деятельности:*

- подготовка исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

*В области аналитической деятельности и научно-исследовательской деятельности:*

- поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов;
- построение стандартных теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, анализ и интерпретация полученных результатов.

*В области организационно-управленческой деятельности:*

- Участие в разработке вариантов управленческих решений, обосновании их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.

### **Содержание дисциплины:**

Сущность и содержание маркетинга. Рынок – условия и экономическая основа маркетинга. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда организации. Сегментирование рынка. Товарная политика предприятия. Цена и ценообразование в маркетинге. Сбытовая политика предприятия. Управление маркетингом.

**В результате освоения учебной дисциплины** обучающийся должен обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

ПК-4: способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (знает: основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства;

умеет: осуществлять поиск информации по полученному заданию; владеет: методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей).

ПК-5: способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (знает: методы построения эконометрических моделей объектов, явлений и процессов. умеет: осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; владеет: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных).

ПК-11: способен организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (знает: закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне; умеет: организовать работу малого коллектива, рабочей группы; владеет: навыками самостоятельной работы, самоорганизации, и организации выполнения поручений).

ПК-12: способен использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (знает: основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки; умеет: прогнозировать на основе стандартных теоретических и эконометрических моделей поведение экономического агентов, развитие экономических и эконометрических процессов и явлений на макро- и микроуровне; владеет: современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на макро- и микроуровне).

ПК-13: способен критически оценить варианты управленческих решений и разработать, и обосновать предложения по совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (знает: закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне).

умеет: строить на основе описания ситуаций стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты. владеет: современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на макро- и микроуровне).

**Образовательные технологии:** Дисциплина «Маркетинг» предполагает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

*Лекция дискуссия* чаще всего после изложения раздела, вопроса лекции осуществляется обмен мнениями между студентами и преподавателем по рассматриваемому аспекту.

*Лекция с элементами визуализации.* Метод предполагает применение наглядных пособий для демонстрации презентаций с помощью программы PowerPoint, видеозаписей.

На практических занятиях используются следующие технологии:

– ролевые игры под управлением преподавателя с целью решения профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования проблемной ситуации;

– коллоквиум как средство контроля усвоения учебного материала темы в виде собеседования;

– подготовка сообщений с использованием программы Microsoft Office

**Составитель:** Н.А. Линева, кафедра коммерческого товароведения