

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ

(название дисциплины)

39.03.01 «Социология»

(код направления (специальности) подготовки)

4-й семестр

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование базовых знания в области теории и практики маркетинга, как современной концепции управления фирмой; формирование маркетингового мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе; умение использовать современные методы маркетинга для решения задач управления предприятием.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Б1.В.ВД.08.01 «Основы менеджмента» относится к дисциплинам базовой части (Б.1) ОПОП. дисциплин подготовки бакалавра по направлению 39.03.01 «Социология», изучается в 4 семестре.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-1. Способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной

УК-5. Способен работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из различных источников, необходимую для решения научных и профессиональных задач

ПК-1 способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий

ПК- 2 способностью участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических исследований с учетом особенностей потенциальной аудитории

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в маркетинг

Тема 2. Сбор информации и оценка маркетинговой среды

Тема 3. Проведение маркетинговых исследований и прогнозирование спроса

Тема 4. Анализ потребительских рынков

Тема 5. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов. Проблемы конкуренции.

Тема 6. Формирование марочного капитала. Формирование товарной стратегии.

Тема 7. Разработка ценовых стратегий и программ

Тема 8. Управление маркетинговыми каналами. Продвижение товаров

Тема 9. Организационные структуры управления маркетингом

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ –

ЗАЧЕТ

экзамен, зачет, зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ –

3 ЗЕТ

Составитель: _____ доцент каф. МН и МР, к.э.н., доц. Ловкова Е.С..

_____ должность, ФИО

_____ подпись

Заведующий кафедрой _____ МН и МР Филимонова Н.М.

_____ название кафедры, ФИО

_____ подпись

Председатель

учебно-методической комиссии направления _____

_____ ФИО

_____ подпись

Директор института _____

_____ Дата: _____

Печать института

