

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

(название дисциплины)

38.03.02 «Менеджмент»

(код направления (специальности) подготовки)

2 -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

«Маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК – 4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
ОПК -6 Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организации

ПК – 9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

ПК – 17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

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 –

2 ЗЕТ

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

должность, ФИО

подпись

Заведующий кафедрой _____ МН и МР Ползунова Н.Н.

название кафедры, ФИО

подпись

Председатель _____ учебно-методической комиссии направления

ФИО

подпись

Директор института _____ Захаров П.Н.

Дата: 31.08.2020

Печать института

