


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Маркетинг»  
по направлению 38.03.01 «Экономика» (бакалавриат)  
профиль «Финансы и кредит»**

**1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цель освоения дисциплины “Маркетинг” - формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.01 Экономика Финансы и кредит, знаний в области современной теории маркетинга и формирования навыков их практического использования в профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- ❖ сформировать у студентов представление о сущности маркетинговых понятий, концепций и содержании инструментов маркетинга;
- ❖ сформировать у студентов понимание элементов комплекса маркетинга и соответствующих маркетинговых технологий;
- ❖ дать представление о подходах к управлению маркетинговой деятельностью в организации.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 Дисциплины (модули).


Для успешного освоения дисциплины «Маркетинг» обучающийся должен обладать знаниями, умениями и навыками, полученными в результате изучения дисциплин: Экономическая теория, Введение в специальность.

Одновременное освоение компетенций проводится при изучении дисциплины: Экономическая теория, История финансов.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Маркетинг» необходимы для изучения таких дисциплин как Финансы, Основы бухгалтерского учёта, во время прохождения ознакомительной практики, а также используются при подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена; при подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы.

**3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСНОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ,  
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<b>ОПК- 3</b> способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	ИД-1 <sub>ОПК-3</sub> Знать сущность, содержание и ключевые принципы современного маркетинга, результаты новейших теоретических исследований по проблемам стратегического и операционного маркетинга, публикуемых в российских и зарубежных профессиональных журналах, методы сбора первичной и вторичной маркетинговой информации ИД-2 <sub>ОПК-3</sub> Уметь анализировать и принимать решения в области формирования маркетинговых стратегий организации, разрабатывать маркетинговые программы организации ИД-3 <sub>ОПК-3</sub> Иметь практический опыт анализа и содержательной

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

	интерпретации проведения маркетинговых исследований, расчета эффективности маркетинговых мероприятий и программ в целях обеспечения конкурентоспособности предприятия
--	---

#### **4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

#### **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В ходе изучения дисциплины используются традиционные методы и формы обучения (лекции, в т.ч. с элементами проблемного изложения, практические занятия, самостоятельная работа).

При организации самостоятельной работы используются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию.

#### **6. КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: тестирование, доклад, коллоквиум, письменный опрос.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.