

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,  
профиль «Стратегическое планирование и маркетинг»

## 1. Цели и задачи дисциплины

*Целью освоения дисциплины «Маркетинг»* является изучение обучающимися закономерностей, принципов и технологий, позволяющих удовлетворять потребности потребителей более эффективными, чем у конкурентов способами, при производстве и продаже различных товаров, работ и услуг с учетом воздействия изменчивой внешней среды на деятельность организации.

*Задачи освоения дисциплины:*

- сформировать у студентов представление о сущности и элементах комплекса маркетинга, а также истории становления и развития маркетинговой практической и научной деятельности;
- обучить бакалавров направления «Менеджмент» технологиям сегментирования клиентурного рынка, позиционирования товаров, услуг и торговых марок, проведения маркетинговых исследований;
- дать представление студентам о подходах к управлению маркетингом в организации, о разработке и реализации товарно-ассортиментной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятия.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

«Маркетинг» является учебной дисциплиной базовой части Рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» по профилю «Стратегическое планирование и маркетинг» и имеет код Б1.О.24. В ходе освоения дисциплины, формируются следующие компетенции: ПК-4, УК-2.

Освоение курса «Маркетинг» базируется на знаниях и умениях, полученных студентами по всем дисциплинам, изучаемым ранее, прежде всего, по курсам: основы проектного управления.

В свою очередь, курс «Маркетинг» обеспечивает получение основных теоретических знаний, умений для последующего изучения дисциплин: Поведение потребителей, Психология маркетинга, Основы предпринимательского права, Социальное предпринимательство, Экономика организации, Мировая экономика и международные экономические отношения, Современные проблемы менеджмента, Рекламное дело, Прямые коммуникации, Цифровой маркетинг, Валютный рынок и валютные операции, Инвестиционный анализ, Маркетинговые исследования, Маркетинг в отраслях и сферах деятельности, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
<p>Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха)</p>	<p><b>ПК-4</b> - Способен представлять интересы организации во внешней среде на основе оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>ИД-1 пк-4. Знать теоретико-методические основы маркетинга для разработки стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планирования и осуществления маркетинговых мероприятий;  ИД-1.1 пк-4. Знать особенности организации маркетинговой деятельности фирмы для проектирования организационных структур управления  ИД-2 пк-4. Уметь разрабатывать все виды маркетинговых планов в условиях функционирования бизнеса, составлять планы ревизии маркетинга в организации для формирования спроса.  ИД-2.1 пк-4. Уметь разрабатывать организационно-техническую и организационно-экономическую документацию (графики работ, инструкции, планы, сметы, бюджеты, технико-экономические обоснования, частные технические задания) и составлять управленческую отчетность по утвержденным формам  ИД-3 пк-4. Владеть приемами проектирования организационных структур управления маркетинговой деятельностью фирмы</p>

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p><b>УК-2</b>  Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИД-1ук2  Знать действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность  ИД-1.1ук2  Знать основные методы оценки способов решения профессиональных задач, виды ресурсов и ограничений  ИД-2ук2  Уметь поводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты.  ИД-2.1ук2  Уметь использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности</p>

		ИД-3ук2 Владеть методиками разработки цели и задач проекта. ИД-3.1ук2 Владеть методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и иных условиях реализации проекта ИД-3.2ук2 Владеть навыками работы с нормативно-правовой документацией
--	--	---

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

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

#### **5. Образовательные технологии**

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия с использованием активных и интерактивных форм с применением мультимедийных лекционных материалов, деловых и ролевых игр, и др.

При организации самостоятельной работы студентов применяются следующие образовательные технологии: тесты, работа с интернет-ресурсами, решение задач и др.

#### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: реферат, тестирование, опрос. По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности - зачётно-экзаменационная ведомость. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинг» проводится в форме экзамена в 3 семестре.