


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 дисциплины

Цель дисциплины «Маркетинг» - формирование у студентов знаний в области современной теории маркетинга и формирования навыков их практического использования в профессиональной деятельности.

Задачи 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 «Маркетинг» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата по направлению 38.03.01 Экономика по профилю Финансы и кредит.


Дисциплина «Маркетинг» изучается в одном семестре с дисциплиной Экономическая теория, направленной на формирование соответствующих компетенций (или их части).

Дисциплина «Маркетинг» предшествует изучению дисциплин, прохождению видов практики и дальнейшему формированию соответствующих компетенций (или их части): Экономика России, Финансы, Бухгалтерский учет, Мировая экономика, Ознакомительная практика, а также подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

### 3 Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОК-3 - способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	Знать теоретико-методические концепции и инструменты маркетинга для проведения анализа и содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне; Уметь использовать маркетинговые знания для проведения анализа и содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне; Владеть навыками использования маркетинговых концепций и методов для проведения анализа и содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне.

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

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180 часов).

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

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

При организации самостоятельной работы студентов применяются 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; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении курсовой работы

#### **6. Контроль успеваемости**

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

Промежуточная аттестация проводится в форме: курсовая работа, экзамен.