

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

по направлению 38.03.02 Менеджмент
Профиль Стратегическое планирование и маркетинг

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины “Маркетинг” - формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент по профилю Стратегическое планирование и маркетинг, 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

«Маркетинг» является учебной дисциплиной обязательной части Учебного плана по программе бакалавриата по направлению 38.03.02 Менеджмент по профилю Стратегическое планирование и маркетинг и имеет код Б1.О.23.

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

Дисциплина «Маркетинг» предшествует изучению дисциплин, прохождению видов практики и дальнейшему формированию соответствующих компетенций (или их части): Экономическая теория, Экономика России. Финансы, Бухгалтерский учет, Мировая экономика, Экономика организации (предприятия), Корпоративная социальная ответственность и отчетность, Менеджмент персонала, Технологическая (проектно-технологическая) практика, Проектная деятельность Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

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
ОПК – 3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях	ИД-1опк3 Знать теоретико-методические концепции и инструменты маркетинга для осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ИД-2опк3 Уметь использовать маркетинговые знания для осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-

сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;	аналитических систем ИД-3опкЗ Владеть навыками использования маркетинговых концепций и методов для осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
--	---

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (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: ответы студентов на устные вопросы по теме, дискуссии, деловые и ролевые игры, подготовка и обсуждение докладов с их презентацией, коллоквиум, письменный опрос по теме и др.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: доклад, коллоквиум, письменный опрос. По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности - зачётно-экзаменационная ведомость. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинг» проводится в форме экзамена и курсовой работы в 1 семестре.