

Аннотация
К рабочей программе дисциплины «Маркетинг»
по направлению 38.03.01. «Экономика»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Форма контроля: курсовая работа, экзамен.

Предполагаемые семестры: 4

Цель дисциплины: Цель курса - научить студентов управлять маркетинговой деятельностью предприятия на основе маркетинговой информации, которая позволит выявить, куда выгоднее всего вложить капитал, где основать новое предприятие, каким его сделать, что хотят иметь потребители, какую цену готовы заплатить, в каких регионах испытывают наибольший спрос на этот товар.

Учебная дисциплина «Маркетинг» входит в профессиональный цикл (базовая часть)

Краткое содержание дисциплины: Маркетинг как философия и инструментарий предпринимательства. Понятие рынка и его основные показатели. Виды, формы и типы маркетинга. Маркетинговая среда предприятия. Потребительские рынки и покупательское поведение. Целевой маркетинг. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга. Создание конкурентных преимуществ. Товар и товарная политика фирмы. Рыночная атрибутика товара: товарная марка и упаковка. Конкурентоспособность товара. Стратегические решения в товарной политике. Общая схема разработки нового товара. Ценовая политика фирмы. Коммуникативная политика фирмы. Реклама и мультимедиа технологии в системе коммуникативной политики. Элементы психологического воздействия в рекламе (маркетинговых коммуникациях). Маркетинговая информация, маркетинговые исследования. Организационные структуры службы маркетинга на предприятии.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

ОК-2 способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

ОК-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-5 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОК-6 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности

ПК-1 способность собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

ПК-4 способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты

ПК-6 способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей

ПК-7 способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет

ПК-9 способность организовывать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта

ПК-10 способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии

ПК-11 способность критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

ОПК-2 способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

ОПК-3 способность выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы

Зав.кафедрой



И.И.Потапова