

АННОТАЦИЯ к рабочей программе учебной дисциплины «Маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 185 учебных часов

Форма контроля: зачет, экзамен, КР

Предполагаемые семестры: дисциплина осваивается в течение двух семестров

Цель дисциплины «Маркетинг» – ознакомить студентов с основами маркетинговой деятельности предприятий. Программа охватывает все основные проблемы разработки и принятия маркетинговых решений и подготавливает учащегося к практической деятельности в данной сфере.

В ходе освоения курса «Маркетинг» будущие специалисты должны получить теоретические знания по данной дисциплине и выработать практические навыки по разработке, анализу, прогнозированию, оценке экономической эффективности маркетинговых решений.

Цели дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний о маркетинге как науке, философии бизнеса, виде деятельности, универсальном способе управления функционированием и развитием субъектов рыночной деятельности;
- формирование умений и развитие у студентов навыков принятия эффективных маркетинговых экономико-управленческих решений в организациях.

Основные задачи дисциплины:

- ознакомление с базовыми понятиями и основополагающими принципами маркетинга, с сущностью методов и направлений маркетинговых исследований;
- формирование представления о современных проблемах рынка и путях их решения;
- формирование прикладных знаний в области развития форм и методов маркетингового экономического управления субъектами рыночной деятельности;
- прививание навыков практической деятельности по сбору и обработке информации, проведению рыночных расчетов и формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной среды;
- формирование навыков креативной реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности менеджера в организации.
- выработка умения принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся рыночных условиях, с помощью использования метод кейсов и метод деловых игр.

Освоение курса «Маркетинг» базируется на межпредметных связях с курсами экономики, менеджмента, математики, обществознания и др.

Программа курса рассчитана на 180 часов (из них 50 часов – лекционные занятия, 82 - семинарские занятия, 48 – самостоятельная работа).

Учебная дисциплина «Маркетинг» в вариативную часть гуманитарного, социального и экономического цикла

Краткое содержание дисциплины:

Руководствуясь данной рабочей программой и объемом часов, предусмотренных учебным планом, дисциплина изучается в течение двух (5, 6-го) семестров на 3-ом курсе очного и заочного отделений. Темы лекций и практических занятий указаны в календарном плане.

Зав. каф. ЭС



И.И. Потапова