

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.Б.17 «МАРКЕТИНГ»

**Направление подготовки:** 38.03.01 «Экономика»

**Профили подготовки:** Бухгалтерский учет, анализ и аудит,  
Финансы и кредит,

**Квалификация (степень) выпускника:** Бакалавр

**Форма промежуточного контроля:** экзамен

**Трудоемкость:** 5 зачетных единиц

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» соответствует ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (уровень бакалавриата), утв. приказом Минобрнауки РФ № 1327 от 12.11.2015 г.

**Цели дисциплины:** Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг» является формирование компетенций, направленных на получение студентами знаний, умений и навыков по принятию маркетинговых решений.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Маркетинг» входит в базовую часть дисциплин подготовки бакалавров по направлению 38.03.01 «Экономика».

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

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

ОПК-4 - способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность.

**Структура дисциплины:**

**1. Понятие и сущность маркетинга.** Социально-экономическая сущность маркетинга. Концепции развития маркетинга за рубежом. Основные направления маркетинговой деятельности. Основные виды маркетинга. Задачи маркетинга. Принципы и цели маркетинга. Концепция сбыта и концепция маркетинга.

**2. Конъюнктура рынка.**

Признаки товарного рынка. Целевой рынок. Доля рынка. Емкость рынка.

**3. Функции маркетинга**

Аналитическая функция маркетинга. Производственная функция маркетинга. Сбытовая функция маркетинга. Функция управления и контроля.

**4. Системы маркетинговых исследований**

Цели, объекты и методы маркетинговых исследований. Краткая характеристика основных направлений исследований. Принципы и подходы к проведению маркетинговых исследований.

**5. Международный маркетинг**

Содержание понятия «международный маркетинг». Цели и задачи международного маркетинга. Маркетинг как специфическая функция управления деятельностью международных фирм. Разработка стратегии и тактики поведения на международных рынках.

В рабочей программе дисциплины «Маркетинг» представлены:

*тематический план для очной формы изучения дисциплины;*

*образовательные технологии;*

*перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости студентов;*

*перечень оценочных средств для проведения промежуточного контроля успеваемости;*

*учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины;*

*материально-техническое обеспечение дисциплины.*