

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.Б.17 МАРКЕТИНГ

(код, наименование согласно учебного плана)

Направление подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика»
(код) (наименование)

Профиль (специализация) подготовки Общий

Квалификация (степень) выпускника бакалавр
(бакалавр, бакалавр – инженер, магистр, магистр - инженер, специалист)

Форма обучения очная, заочная
(очная, заочная, очно-заочная и др.)

Выпускающая кафедра экономики и менеджмента

Кафедра-разработчик программы экономики и менеджмента

Цель изучения дисциплины	формирование у студентов системных представлений, комплекса знаний и навыков, необходимых для: управления маркетинговой деятельности предприятия; разработки и реализации комплекса маркетинговых воздействий на рынок; изучения рыночной среды деятельности предприятия
Место дисциплины в структуре ООП	Учебная дисциплина относится к общепрофессиональному циклу (базовая часть) и основывается на знаниях, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Экономика организации», «Институциональная экономика». Дисциплина «Маркетинг» является предшествующей для дальнейшего изучения дисциплин, таких как: «Менеджмент», «Цены и ценообразование», «Планирование и прогнозирование», «Экономика и организация инвестиционной деятельности».
Трудоемкость дисциплины	5 зач. единиц (общая -180 ч.)
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	ОПК-2 - способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач ОПК-4 - способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знать: - основные понятия маркетинга; - принципы покупательского поведения; - общие подходы работы с рынком; - основные инструменты комплекса маркетинга; - формы организации маркетинговой деятельности. Уметь: - анализировать рыночную ситуацию; - оценивать рыночное поведение покупателей; - формировать оптимальный комплекс маркетинговых воздействий. Владеть: - навыками расчета и прогнозирования рыночной доли; - технологиями разработки исходной цены на товар; - практическими приемами формирования программы маркетинговой деятельности.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	1. Основные понятия маркетинга, в том числе: Введение. Общий процесс управления маркетингом. Маркетинговая среда организации и ее компоненты. 2. Поведение покупателей и работа с рынком, в том числе: Покупательское поведение на потребительском рынке. Покупательское поведение на рынке предприятий. Работа с рынком и выбор целевых сегментов. 3. Комплекс маркетинговой деятельности, в том числе: Формирование товарной политики предприятия. Разработка ценовой политики предприятия. Политика предприятия в области товародвижения. Политика в области формирования спроса и

	стимулирования сбыта. 4. Организация маркетинговой деятельности на предприятии, в том числе: Организация службы маркетинга на предприятии. Комплексное исследование товарного рынка. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии. Контроль маркетинговой деятельности
Форма итогового контроля знаний	экзамен
Литература основная (библиотечная обеспеченность)	<p>основная литература в электронно-библиотечной системе (ЭБС) УГГУ Сайт УГГУ: http://lib.ursmu.ru/b/elektronnaya-bibliotchnaya-sistema/universitetskaya-biblioteka-onlayn.html Интернет: http://biblioclub.ru/:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кеворков, В.В. Практикум по маркетингу [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков. — Электрон. дан. — М.: КноРус, 2015. — 567 с. 2. Романов, А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. дан. — М. : Дашков и К, 2012. — 440 с. 3. Синицына, О.Н. Маркетинг (для бакалавров) [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 210 с. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика (для бакалавров) [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон. дан. — М.: КноРус, 2014. — 208 с. 4. Цахаев, Р.К. Маркетинг: Учебник [Электронный ресурс]: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. — Электрон. дан. — М.: Дашков и К, 2013. — 550 с.