

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг»
по подготовке бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент
организации»

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части дисциплин подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется на факультете экономики и управления (ФЭУ) Пензенского государственного университета, кафедрой «МКиСО»; изучается во 2-3 семестрах.

Дисциплина Маркетинг имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами профессионального цикла Теория менеджмента, Основы предпринимательства, Теория организации и организационное поведение, Экономика фирмы.

Содержание дисциплины «Маркетинг» включает следующие разделы:

2 семестр

1. Маркетинг как основа рыночного управления компанией. Основные концепции маркетинга.
2. Маркетинговая среда организации. Системный и ситуационный подходы к оценке маркетинговой среды
3. Система маркетинговой информации и методы ее сбора. Методы оценки рынка.
4. Конкуренция и взаимодействие на рынке.
5. Потребитель и основы поведения потребителей
6. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий.
7. Маркетинговые стратегии. Разработка маркетинговой стратегии
8. Критерии и методы сегментирования рынка. Выбор целевого сегмента
9. Позиционирование товара на рынке. Марка и бренд.

3 семестр

1. Маркетинговые решения по товару
2. Маркетинговые решения по цене
3. Маркетинговые решения по распределению
4. Маркетинговые решения по продвижению
5. Маркетинговые решения по формированию партнерских отношений и лояльности
6. Организационное построение службы маркетинга.
7. Планирование в системе управления маркетингом. Бюджет маркетинга.
8. Контроль в системе маркетинга. Показатели эффективности маркетинга
9. Специфика маркетинга в отраслях и сферах деятельности

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Маркетинг» составляет 7 зачетных единиц, 252 часа. Программой дисциплины предусмотрены: лекции (36 часов), практические занятия (54 часа), самостоятельная работа студента (162 часа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме контрольных точек, курсовая работа (3 семестр) и промежуточный контроль в форме зачета и экзамена.

Освоение дисциплины Маркетинг необходимо как предшествующее для изучения дисциплин профессионального цикла – Торговый менеджмент, Конкурентоспособность организации, Технологии и организация продаж, Управление малым бизнесом, Производственной практики.

к.э.н., доцент кафедры «МКиСО»

Т.И. Шерстобитова

(Ф.И.О., должность, подпись)