

## Аннотация

### рабочей программы учебной дисциплины

#### «Маркетинг»

**Целями** освоения учебной дисциплины «Маркетинг» являются приобретение знаний и умений по выявлению, формированию и удовлетворению потребностей потребителей, их всестороннему изучению, представлению результатов аналитической и исследовательской работы в виде отчета или исследования для принятия грамотных управленческих, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Маркетинг» входит в блок обязательных дисциплин (блок Б1.2) подготовки студентов по направлению 38.03.01 «Экономика».

Изучение дисциплины базируется на положениях следующих дисциплин:

«Микроэкономика», «Макроэкономика», «Социология», «Менеджмент», «Деловая этика», «Экономика организации».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Международный финансовый рынок», «Ценообразование», «Комплексный анализ хозяйственной деятельности».

#### **Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студентов:**

Студент должен:

**Знать:** основные экономические понятия, законы и теории, макро- и микроэкономические показатели, организационно-правовые формы предприятий, методы сбора и обработки деловой информации; методы управления товарными и информационными потоками; принципы, функции и методы менеджмента, технику ведения переговоров, деловой переписки.

**Уметь:** применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических дисциплин.

**Владеть:** основными понятиями, определенными в предшествующих дисциплинах, экономическими, социологическими и управленческими методами профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Программой дисциплины предусмотрены: лекции (17 часов), практические занятия (34 часа), самостоятельная работа студента (21 час). Дисциплина изучается в 4 семестре и заканчивается зачетом.

#### **Содержание** учебной дисциплины «Маркетинг».

Тема 1. Понятие, сущность маркетинга. Концепции маркетинга.

Тема 2. Маркетинговая среда предприятия Система маркетинговых исследований

Тема 3. Сегментация, выбор целевого сегмента, позиционирование. Стратегии и планирование комплекса маркетинга.

Тема 4. Анализ потребительских предпочтений и мотивации потребителя на разных рынках.

Тема 5. Товарно-ассортиментная политика предприятия

Тема 6. Ценовая политика предприятия

Тема 7. Сбытовая политика предприятия

Тема 8. Коммуникативная политика предприятия