

Аннотация
рабочей программы дисциплины
«Маркетинг»
Направление 38.03.01 «Экономика» профиль «Банковское дело»

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг» является формирование знаний, умений и навыков использования инструментов маркетинга в профессиональной деятельности будущего выпускника.

В результате изучения дисциплины «Маркетинг» студенты должны

знать основных методов сбора информации; виды маркетинговой информации; принципы организации маркетинговых исследований; роль рыночных исследований в процессе управления деятельностью предприятия; структуру аналитического отчета;

уметь планировать проведение исследования; осуществлять поиск информации по полученному заданию; осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задачи; представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического обзора;

владеть навыками получения, анализа и использования информации, необходимой для принятия различных управленческих решений; современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных.

Место дисциплины в ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Маркетинг» относится к *обязательным дисциплинам вариативной части (Б.1.2)*. Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, умениях, навыках, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: Социология, Высшая математика в экономике. Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: Социология, Общая теория статистики, Социально-экономическая статистика, Финансовое планирование и прогнозирование, Бизнес-планирование, ВЭД, Международные рынки товаров и услуг, Международные экономические организации, прохождении учебной, производственной и преддипломной практик, подготовке и защите ВКР

Преподавание дисциплины «Маркетинг» ведётся на *1-м курсе (2 семестр) и предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента.*

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет *2 зачетных единицы.*

Продолжительность изучения дисциплины – *1 семестр.*

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: *текущий контроль успеваемости в форме контрольных точек (КТ), промежуточный контроль в форме зачета.*

Содержание дисциплины

Современные информационные технологии и маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Технологии маркетинговых исследований и методы анализа. Содержание отчета о проведении исследования. Определение основных параметров рынка