

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.05.2024 11:54:04  
Уникальный программный ключ:  
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2340874f9

## АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

### Маркетинг

#### для направления подготовки

#### 38.03.02 Менеджмент,

#### направленность (профиль): «Финансовый менеджмент»

#### Уровень бакалавриата

#### Квалификация выпускника

#### Бакалавр

### **1.1. Цель и задачи дисциплины**

Цель учебной дисциплины заключается в формировании у обучающихся представлений о маркетинге как о науке, помогающей, правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей; приобретение умений и навыков применения приемов маркетинга для исследования поведения участников рынка.

#### Задачи учебной дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- усвоить основные задачи маркетинга, их адекватность реальным социально-политическим условиям;
- сформировать представление о товаре, ценообразовании, выборе канала распределения, формировании коммуникационной политики предприятия на основе знания экономической теории.
- приобрести навыки сбора необходимой информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия маркетинговых решений.

### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Дисциплина является обязательным элементом базовой части Блока 1 образовательной программы.

### **1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующей компетенции: ОПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, ОПК-4.2. Способен на основе выявленных новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы. ОПК-4.3. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

### **1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося**

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **6** зачетных единиц.

#### **Очная форма обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>60</b>	<b>60</b>
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	24	24
Практические занятия, в т.ч. деловые(ролевые) игры	36	36
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>147</b>	<b>147</b>
В том числе:		
Самоподготовка, в т.ч. практические задания	107	107
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>9</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

#### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	12	12
Практические занятия, в т.ч. деловые(ролевые) игры	18	18
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>177</b>	<b>177</b>
В том числе:		
Самоподготовка, в т.ч. практические задания	137	137
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>9</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

#### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	12	12
Практические занятия, в т.ч. деловые(ролевые) игры	18	18
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>177</b>	<b>177</b>
В том числе:		
Самоподготовка, в т.ч. практические задания	137	137
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>9</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>216</b>	<b>216</b>

#### 1.5. Содержание учебной дисциплины

№	Модуль, раздел (тема)
---	-----------------------

п/п	
1	Тема 1. Введение в курс маркетинга
2	Тема 2. Маркетинговые стратегии и стратегические модели. Маркетинговая среда
3	Тема 3. Прогнозирование в маркетинге. Анализ потребителей и профессиональных покупателей
4	Тема 4. Сегментирование рынка. Анализ конкуренции на рынке. Товар в системе маркетинга. Каналы распределения
5	Тема 5. Маркетинговые коммуникации. Международный и электронный маркетинг