

А Н Н О Т А Ц И Я
рабочей программы дисциплины
Б1.Б.12 «МАРКЕТИНГ»
по направлению подготовки бакалавриата
38.03.02 « Менеджмент»
Направленность подготовки
« Управление технологическими инновациями»

1. Основные разделы (дидактические единицы) дисциплины

1. Социальные основы маркетинга: удовлетворение человеческих потребностей. Процесс управления маркетингом.
2. Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Маркетинговая среда.
3. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. Рынок предприятий и поведение организованных потребителей.
4. Маркетинговый комплекс: продукт, цена, распространение, продвижение
5. Сегментирование рынка и позиционирование предприятия на рынке

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видом профессиональной деятельности:

Организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации маркетинговой стратегии организации, а также функциональных стратегий;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие деятельности организации;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации;
- построение внутренней маркетинговой информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и направленности подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО и университетом (если они есть) или их элементов):

Общекультурные компетенции:

ОК-3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

ОК-4 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-6 – способность к самоорганизации и самообразованию.

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-7 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (ЗУНов), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции):

По компетенции **ОК-3** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- факторы, определяющие поведение покупателя;
- основные принципы маркетинговой политики компании на рынке;

УМЕТЬ:

- анализировать особенности поведения участников рынка;
- формировать сегменты рынка и определять тип маркетинга для каждого сегмента.

ВЛАДЕТЬ:

- разработкой маркетингового комплекса для предприятий;
- методами продвижения и распространения товаров и услуг.

По компетенции **ОК-4** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- методы и цели маркетинговых исследований
- мотивы покупателя на рынке;
- этапы процесса принятия решения о покупке;

УМЕТЬ:

- применять способы сбора первичной и вторичной информации о рынке и покупателях;
- планировать мероприятие на рынке;

ВЛАДЕТЬ:

- навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на рынке;

По компетенции **ОК-6** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; магистратура, аспирантура);
- систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления;
- закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития.

УМЕТЬ:

- анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);
- анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.

ВЛАДЕТЬ:

- навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний.

По компетенции **ОПК-7** обучающийся должен:

ЗНАТЬ

- подходы и способы организации систем получения, хранения и переработки информации.

УМЕТЬ

- понимать и применять на практике компьютерные технологии для решения различных задач комплексного и гармонического анализа, использовать стандартное программное обеспечение;
- создавать банки хранения и переработки информации.

ВЛАДЕТЬ

- навыками решения практических задач; сервисным программным обеспечением операционной системы;
- методами и средствами получения, хранения и переработки информации.

3. Объем курса, виды учебной работы и формы промежуточной аттестации:

Трудоемкость дисциплины:	– 7 зачетных единиц
Всего часов	– 252 час.
Из них:	
Контактная работа	– 108 час.
Из них:	
Лекции	– 54 час.
Практические занятия	– 54 час.
Самостоятельная работа	– 108 час.
Подготовка к экзамену	– 36 час.
Формы промежуточной аттестации:	
Зачет	– 2 семестр
Экзамен	– 3 семестр
Курсовая работа	– 3 семестр