

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«МАРКЕТИНГ»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент,
профиль подготовки: финансовый менеджмент

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по методологии и организации маркетинговой деятельности, подготовка специалистов со знанием основ маркетингового подхода в коммерческой деятельности, способных легко ориентироваться в динамичной рыночной среде; эффективно использовать весь набор маркетинговых приемов и инструментов для решения поставленных целей и задач организации; изучение отличительных характеристик маркетингового подхода в коммерческой, производственной, хозяйственной деятельности предприятия; формирование у студентов умения анализировать экономические маркетинговые ситуации.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Маркетинг» представляет собой дисциплину базовой части учебного плана и обязательна для изучения студентами, обучающимися по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки: финансовый менеджмент (квалификация выпускника «бакалавр»).

Дисциплина «Маркетинг» является одной из дисциплин профилей базовой части профессионального цикла. Дисциплина предусмотрена в программе обучения по направлениям: «Экономика», «Менеджмент» и «Прикладная информатика».

Для изучения дисциплины необходимы знания по теории управления, экономике, социологии и психологии. В ходе изучения курса студенты должны:

Знать: сущность, функции и принципы маркетинга, этапы маркетинговой деятельности.

Уметь: анализировать опыт маркетинговой деятельности различных типов учреждений, предприятий и организаций.

Владеть: навыками применения маркетинговых технологий.

Полученные студентами знания способствуют усвоению таких курсов, как маркетинговые исследования, маркетинговые коммуникации, управление брендами, маркетинг услуг, маркетинг в отраслях и сферах деятельности.

3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения дисциплины

В процессе освоения данной дисциплины выпускник формирует и демонстрирует следующие компетенции при освоении основной образовательной программы высшего образования, реализующей ФГОС ВО:

Общекультурные компетенции:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).

Общепрофессиональные компетенции:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3).

Профессиональные компетенции:

организационно-управленческая деятельность:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3).

информационно-аналитическая деятельность:

- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-

управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

содержание маркетинговой концепции управления; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций, сущность, функции и принципы маркетинга, этапы маркетинговой деятельности

Уметь:

анализировать опыт маркетинговой деятельности различных типов учреждений, предприятий и организаций, использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга.

Владеть:

методами разработки и реализации маркетинговых программ, навыками применения маркетинговых технологий.

4. Трудоемкость дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

5. Контроль успеваемости: Аттестация студентов проводится в форме экзамена, курсовой работы.

И.о. начальника учебно-методического управления



О.В.Бушуева