

Аннотация дисциплины «Маркетинг»

Дисциплина (модуль)	Маркетинг				
Содержание	<p>Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов. Стратегия и система маркетинга. Их особенности в России. Исследования рынка. Разработка продукции. Особенности ценообразования в маркетинге. Продвижение продукции. Реклама. Маркетинговый контроль. Маркетинг в системе контроллинга. организация и деятельность маркетинговой службы предприятия. Маркетинговые коммуникации. Международный маркетинг. Специфика маркетинговой деятельности российских предприятий на внешних рынках.</p>				
Реализуемые компетенции	ОК -3; ОК-5; ОК-7; ОПК -1; ОПК -2; ОПК -3; ОПК- 4; ПК -3;ПК-6;ПК-7;ПК-8;ПК-10;ПК-11				
Результаты освоения дисциплины (модуля)	<p>Знать: Роль и место маркетинга в современной экономике, значение маркетинга для производителей, потребителей и общества в целом; концепции бизнеса, содержание и принципы маркетинговой концепции бизнеса; сущность современной философии маркетинга, основные принципы маркетинга, основные понятия маркетинга, взаимосвязь между ними, структурно-логическая схема маркетинговой деятельности компании; структура рыночной среды, виды маркетинговых субъектов и отношений между ними, факторы маркетинговой макросреды, структура внутренней среды компании как фактора маркетинговой деятельности; концепции функционального и интегрированного маркетинга;</p> <p>Уметь: Различать глобальные и локальные цели фирмы и формулировать их, определять миссию фирмы; формулировать социальную ответственность фирмы перед потребителями, обществом и персоналом фирмы; формулировать этические принципы взаимоотношения фирмы с субъектами рынка; выявлять влияние на фирму субъектов микросреды и факторов макросреды; анализировать потребности целевых потребителей, анализировать конкуренцию на рынке;</p> <p>Владеть: методами и инструментами маркетинговых исследований и анализа рынка; методами и приемами маркетингового целеполагания рыночной деятельности компании; методами и инструментами планирования рыночной деятельности компании в разрезе стратегии и тактики маркетинга; методами и инструментами формирования комплекса маркетинга.</p>				
Трудоемкость, з.е.	4/144 з.е.				
Объем занятий, часов		Лекций	Практических (семинарских занятий)	Лабораторных занятий	Самостоятельная работа
	Всего	34	34	--	40
	В том числе в интерактивной форм	7	7	--	--

Формы самостоятельной работы студентов	Самостоятельная подготовка к темам практических занятий, подготовка докладов, рефератов и презентаций к ним, эссе.
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Экзамен- 5 семестр (1 ЗЕТ, 36 ч).

Зав. кафедрой ЭРМиП

Декан ФИСФиА





Юсуфов Р.А.

Шахбанова И.К.