

Аннотация дисциплины «Маркетинг»	
Дисциплина (Модуль)	Б1.Б.17 Маркетинг
Содержание	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.
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.
Результат освоения дисциплины	<p>В результате основания дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, особенности, содержание и принципы маркетинговой деятельности фирмы; • структура процесса маркетинговой деятельности, основные функции маркетинга (аналитическая, креативная, управленческая), их сущность, значение и содержание; • структура и содержание комплекса маркетинга: товарная, ценовая, коммуникационная, сбытовая и сервисная политика. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 макросреды и факторов макросреды; • сегментировать рынок товара по значимым критериям и выбирать целевой сегмент;

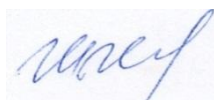
	<ul style="list-style-type: none"> • анализировать потребности целевых потребителей, выявлять детерминаторы потребностей и барьеры на пути удовлетворения потребности; • разрабатывать концепцию товара, нацеленного на удовлетворение потребностей целевых потребителей; • анализировать конкуренцию на рынке, определять конкурентные преимущества и слабости товара и компании; • выявлять основные факторы и параметры рынка, влияющие на выработку стратегии и тактики маркетинга; • разрабатывать стратегию и тактику рыночной деятельности компании с учетом специфики внешней и внутренней маркетинговой среды. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; методами и инструментами организации и контроля маркетинговой деятельности компании. 				
Трудоемкость, з.е.	4 ЗЕТ (144ч)				
Объем занятий, часов	Всего	Лекции	Практически (семинарские) занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
	144	34	34	-	40
	В том числе в интерактивной форме	7	7	-	
Форма самостоятельной работы студентов	Самостоятельная подготовка к темам практических занятий; подготовка докладов, рефератов, самостоятельное решение ситуационных задач, подбор и изучение литературных источников, работа с периодической печатью, оформление мультимедийных презентаций учебных разделов и тем, слайдового сопровождения докладов, и т.д.				
Формы отчетности (в том числе по семестрам)	Экзамен – 5 семестр, 1ЗЕТ(36 ч.)				

Зав.кафедрой



Р.А. Юсуфов

Декан ФИСФиА



И.К.Шахбанова