

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.Б.20 Маркетинг**

Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль подготовки	профиль Финансы и кредит
Степень выпускника	бакалавр
Форма обучения	очная
Курс	3
Семестр (ы)	5
Количество зачетных единиц	3
Форма промежуточной аттестации	Экзамен
Количество часов всего, из них:	108
лекционные	16
практические	16
СРС	76

1. Цели освоения дисциплины:

Основной целью изучения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов научных представлений о сущности и функциях маркетинга, месте и роли его в системе рыночного хозяйствования, овладение практическими навыками эффективного использования маркетинга в условиях экономической самостоятельности организации.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины формируются следующие профессиональные компетенции:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность (ОПК-4).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- понятие и современные тенденции в развитии маркетинга;
- система маркетинга, особенности продвижения услуг;
- способы получения и анализа маркетинговой информации;
- основы сегментирования рынка и выбора целевого рынка;
- основные принципы и методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации;
- основы поведения потребителей;
- сущность маркетингового управления организацией.

Уметь:

- осуществлять анализ данных, необходимых для принятия маркетинговых решений;
- проводить исследование рынка и осуществлять продвижение услуг;
- анализировать поведение потребителей;
- определять стратегию потребительского спроса и перспективы развития бизнеса;
- формировать спрос на продукцию организации;
- проводить конкурентный анализ отрасли.

Владеть:

- навыками проведения маркетинговых исследований;

- навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для принятия различных управленческих решений;
- навыками разработки стратегии развития организации.

3. Краткое содержание дисциплины:

1. Концепция маркетинга в системе рыночных отношений.
2. Оценка и прогноз конъюнктуры рынка.
3. Система маркетинга.
4. Изучение и моделирование покупательского поведения.
5. Сегментирование рынка, выбор целевых рынков, позиционирование товара.
6. Продуктовая политика фирмы.
7. Ценовая политика фирмы.
8. Сбытовая политика фирмы.
9. Политика продвижения товаров (услуг).
10. Управление маркетингом.

4. Аннотация разработана на основании:

1. ФГОС ВО по направлению 38.03.01 Экономика;
2. ОП ВО по направлению 38.03.01 Экономика.