

**АННОТАЦИЯ**  
**К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.07 МАРКЕТИНГ**

**38.03.01 Экономика**

***Профиль: Финансы и кредит***

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цели** освоения дисциплины: приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности.

**Задачи:**

*1) теоретический компонент:*

- усвоить основные понятия в области маркетинга;
- получить базовые представления о целях и задачах маркетинга, роли маркетинга в современном обществе;
- изучить содержание маркетинговой деятельности предприятий;
- рассмотреть концепции управления;
- иметь представление о маркетинговой среде предприятия;

*2) познавательный компонент:*

- изучить элементы комплекса маркетинга и уметь управлять ими;
- приобрести знания в области сбора, обработки и хранения маркетинговой информации;
- владеть прочными навыками проведения анализа и прогнозирования потенциала рынка;
- владеть навыками использования маркетингового инструментария;

*3) практический компонент:*

- владеть навыками работы с потребителями;
- получить навыки в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- приобрести умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций;
- уметь проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

**2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП**

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

<b><i>Коды компетенции</i></b>	<b><i>Содержание компетенций</i></b>	<b><i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</i></b>
--------------------------------	--------------------------------------	---

ПК-5	Способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономики при решении профессиональных задач	ПК-5.1. Способен понимать основные результаты новейших экономических исследований, методологию проведения научных исследований в профессиональной сфере ПК-5.2. Способен универсальными методами ранжировать альтернативы, давать оценку тенденциям экономического развития на макро-, мезо- и микроуровнях.
------	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина реализуется в рамках базовой части Б1.В.07 ОПОП бакалавриата в соответствии с ФГОС ВО по направлению Экономика.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика», «История экономических учений»

Дисциплина изучается на: Очном отделении - в 4 семестре; на очно-заочном – 4 семестре. Заочном отделении – на 2 курсе.

### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

№	Объем дисциплины	Всего часов		
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
		4 семестр	4 семестр	2 курс
	Общая трудоемкость дисциплины	72	72	72
	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	32	24	4
3	Аудиторная работа (всего):	32	24	4
	<i>в том числе:</i>			
3.1	лекции	16	12	2
3.2	семинары, практические занятия	16	12	2
3.3	лабораторные работы			
4.	Внеаудиторная работа (всего):			
5.	Самостоятельная работа обучающихся (всего)	40	48	68
6.	Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / зачет)	зачет	зачет	зачет

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

1. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.
2. Комплексное исследование товарного рынка.
3. Сегментация рынка
4. Формирование товарной политики и рыночной стратегии
5. Разработка ценовой политики.
6. Разработка сбытовой политики
7. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
8. Организация деятельности маркетинговой службы