



АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины

Б1.0.30 «Маркетинг»

Направление подготовки **38.03.01 Экономика, профиль Бухгалтерский учет, анализ и аудит**

1.	Цель изучения дисциплины Целью дисциплины является обеспечение теоретической подготовки и практических навыков в области маркетинга, как одной из функций управления предприятием на основе моделирования рыночных процессов с применением современных информационных технологий и компьютерной техники. Современный экономист, финансист и даже бухгалтер должны обладать значительным «маркетинговым потенциалом». Он необходим не только для того, чтобы содействовать развитию компании в своей функциональной области, но и в смежных областях.		
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавриата Дисциплина «Маркетинг» относится к обязательным дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 6-й семестр. В качестве «входных» знаний дисциплины «Маркетинг» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Основы менеджмента», «Экономическая теория», «Статистика». Дисциплина «Маркетинг» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Экономический анализ в отраслях», «Аудит», «Финансовый менеджмент». Маркетинговая «жилка» современного специалиста появляется при изучении курса «Маркетинг», при формировании профессиональных компетенций бакалавра. После изучения дисциплины «Маркетинг» бакалавр должен обладать следующими компетенциями		
3.	Результаты освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг»		
	Код и наименование компетенций	Индикаторы	Дескрипторы
	Компетенции		
	ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5. И-1 Использует современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Знать: как минимум один из общих или специализированных пакетов прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур (обработка статистической информации, построения и проведение диагностики эконометрических моделей Уметь: применять как минимум один из общих или специализированных пакетов прикладных программ и одного из языков программирования используемых для разработки и выполнения статистических процедур в условиях совершенной и несовершенной конкуренции монополии, монополистической конкуренции и олигополии) на товарных рынках и рынках ресурсов (факторов производства); модели стратегического поведения фирм в условиях олигополии; концепцию экономического равновесия; причины несостоятельности рынка (монопольная



ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;	ОПК-4.И-1. Осуществляет идентификацию проблемы и описывает ее используя профессиональную терминологию экономической науки и опираясь на результаты анализа ситуации	власть, внешние эффекты, общественные блага, асимметрия информации); теоретические аспекты налогообложения. Владеть: современными информационными технологиями и программными средствами при решении профессиональных задач Знать: возможности осуществления идентификации проблемы и ее описание используя профессиональную терминологию экономической науки и опираясь на результаты анализа ситуации Уметь: осуществлять сбор и классификацию релевантной информации для описания проблемы, анализировать и интерпретировать финансовую бухгалтерскую и иную информацию содержащуюся в отчетности организации и ведомств. Владеть: навыками осуществления идентификации проблемы и ее описания используя профессиональную терминологию экономической науки и опираясь на результаты анализа ситуации			
	ОПК-4.И-2. Критически сопоставляет альтернативные варианты решения поставленных профессиональных задач, разрабатывает и обосновывает способы их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий	Знать: теоретические основы принятия управленческих решений методы экономического и финансового их обоснования Уметь: осуществлять экономически и финансово обоснованный выбор метода принятия управленческих решений для различных ситуаций с учетом факторов времени и риска. Владеть: навыками сопоставления альтернативных вариантов решения поставленных профессиональных задач, разрабатывать и обосновывать способы их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий			

4.	Структура и содержание дисциплины					
	4.1. Структура дисциплины (модуля)					
	Очная форма обучения					
	Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра			
			6			
	Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	2 з.е.				
	Курсовой проект (работа)	не предусмотрено				
	Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числ :	34	34			



Лекции	18	18			
Практические занятия, семинары	16	16			
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	38	38			
КСР	2				
Зачет					
Общая трудоемкость дисциплины	72	72			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего	Порядковый номер семестра			
		6			
Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:	2 з.е.				
Курсовой проект (работа)	не предусмотрено				
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числ :	16	16			
Лекции	16	16			
Практические занятия, семинары					
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	56	56			
КСР	2				
Зачет					
Общая трудоемкость дисциплины	72	72			

--	--	--	--	--	--

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия, определения и концепции маркетинга

Сущность и содержание маркетинга. Определение маркетинга. Эволюция концепции маркетинга. Принципы маркетинга. Маркетинговый подход в менеджменте. Виды маркетинга. Эволюция концепций маркетинга на примерах Российских и зарубежных практик.

Тема 2. Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование

Анализ рыночных возможностей. Определение ёмкости рынка. Прогнозирование рынка. Методы прогнозирования: экстраполирование, экономико-математическое моделирование, экспертные оценки. Сущность сегментирования. Общий подход к сегментированию рынка. Виды и критерии сегментирования рынка. Выбор целевых рынков. Анализ данных сегментированных рынков.

Тема 3. Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга

Комплекс маркетинга. Маркетинговые переменные. Тактический инструментарий маркетинга. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Система планирования маркетинга.

Тема 4. Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз

Методика проведения маркетингового исследования и инструменты международного маркетинга. Изучение товара. Изучение рынка как такового. Изучение покупателей.



Изучение конкурентов. Изучение правовых аспектов торговли на данном рынке

Тема 5. Товар в маркетинге. Разработка ценовой политики.

Цена. Сущность ценовой политики. Факторы, влияющие на уровень цен. Этапы разработки ценовой политики в маркетинге. Виды цен в маркетинге.

Тема 6.

Инструментом формирования спроса и стимулирования сбыта. Продвижение. Виды продвижения. Этапы процесса разработки рекламной кампании. Распределение товаров.

5.	<p>Образовательные технологии</p> <p>Образовательный процесс по дисциплине организован в форме учебных занятий (контактная работа (аудиторной и внеаудиторной) обучающихся с преподавателем и самостоятельная работа обучающихся). Учебные занятия представлены следующими видами, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> • лекции (занятия лекционного типа); • семинары, практические занятия (занятия семинарского типа); • групповые консультации; • индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся; • самостоятельная работа обучающихся; • занятия иных видов. •
6.	<p>Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы</p> <p>Информационное обеспечение баз данных, информационно-справочные и поисковые системы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: http://elibrary.ru (дата обращения 11.05.2018). 2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – URL: http://cyberleninka.ru/ (дата обращения 11.05.2018). 3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php (дата обращения 11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС. 4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения 11.07.2018). – Доступ к системе согласно правилам ЭБС и договором университета с ЭБС.
7.	<p>Формы текущего контроля</p>
	<p>Тесты, эссе, реферат.</p>
8.	<p>Форма промежуточного контроля</p>
	<p>Зачет</p>

Разработчик: к.э.н., доцент кафедры Менеджмент Плиева Н.М.