



**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**Б1.О.32 Маркетинг**

**Направление подготовки бакалавриат**

**38.03.01 Экономика профиль – Налоги и налогообложение**

1.	<p><b>Цель изучения дисциплины</b></p> <p>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.</p>		
2.	<p><b>Место дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавриата</b></p> <p>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.</p> <p>В качестве «входных» знаний дисциплины «Маркетинг» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Основы менеджмента», «Экономическая теория», «Статистика».</p> <p>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.</p> <p>После изучения дисциплины «Маркетинг» бакалавр должен обладать следующими компетенциями</p>		
3.	<b>Результаты освоения дисциплины (модуля) «Микроэкономика»</b>		
	<b>Код и наименование компетенций</b>	<b>Индикаторы</b>	<b>Дескрипторы</b>
	<b>Компетенции</b>		
<p><b>ОПК-5</b></p> <p>Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	<p><b>ОПК-5. И-1</b> Использует современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	<p><b>Знать:</b> как минимум один из общих или специализированных пакетов прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур (обработка статистической информации, построения и проведение диагностики эконометрических моделей)</p> <p><b>Уметь:</b> 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 власть, внешние эффекты, общественные блага, асимметрия информации); теоретические аспекты</p>	



<b>ОПК-4</b> 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	налогообложения.  <b>Владеть:</b> современными информационными технологиями и программными средствами при решении профессиональных задач <b>Знать:</b> возможности осуществления идентификации проблемы и ее описание используя профессиональную терминологию экономической науки и опираясь на результаты анализа ситуации <b>Уметь:</b> осуществлять сбор и классификацию релевантной информации для описания проблемы, анализировать и интерпретировать финансовую бухгалтерскую и иную информацию содержащуюся в отчетности организации и ведомств. <b>Владеть:</b> 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	<b>Знать:</b> теоретические основы принятия управленческих решений методы экономического и финансового их обоснования <b>Уметь:</b> осуществлять экономически и финансово обоснованный выбор метода принятия управленческих решений для различных ситуаций с учетом факторов времени и риска. <b>Владеть:</b> 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:	23 з.е.				
	Курсовой проект (работа)	непредусмотрено				
	Аудиторные занятия всего (вакад. часах), в том числ:	34	34			
	Лекции	18	18			
Практические занятия, семинары	16	16				
Лабораторные работы						



**Министерства науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**

Самостоятельная работа всего (вакад. 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 (вз.е.), в том числе:	23.е.				
Курсовой проект (работа)	непредусмотрено				
Аудиторные занятия всего (вакад. часах), в том числе:	16	16			
Лекции	16	16			
Практические занятия, семинары					
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (вакад. часах), в том числе:	56	56			
КСР	2				
Зачет					
Общая трудоемкость дисциплины	72	72			

<b>4.2. Содержание дисциплины</b>					
<p><b>Тема 1. Основные понятия, определения и концепции маркетинга</b>            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.</p> <p><b>Тема 2. Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование</b>            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.</p> <p><b>Тема 3. Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга</b>            Комплекс маркетинга. Маркетинговые переменные. Тактический инструментарий маркетинга. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Система планирования маркетинга.</p> <p><b>Тема 4. Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз</b>            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</p>					



**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.**

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

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

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