

## Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг»

**1. Цели освоения дисциплины:** развитие предусмотренных ФГОС ВО общекультурных и профессиональных компетенций, позволяющих сформировать у студентов комплекс теоретических знаний и практических навыков проведения маркетинговых исследований и воздействия на рынок с помощью инструментов комплекса маркетинга.

**2. Результаты обучения по дисциплине (приобретаемые компетенции)**

ОК-7	Способность к самоорганизации и самообразованию
ПК-1	Способность собрать и проанализировать данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
ПК-3	Способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
ПК-7	Способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет
ПК-9	Способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта

**3. Трудоёмкость дисциплины** составляет 5 ЗЕТ (180 часов).

**4. Формы промежуточной аттестации** – экзамен.

**5. Содержание дисциплины**

Дисциплина «Маркетинг» включает следующие разделы:

- Сущность, содержание, цели и функции маркетинговой деятельности.
- Изучение и анализ маркетинговой среды, условий рынка и потребителей.
- Стратегический маркетинг.
- Сегментация рынка и позиционирование товара.
- Цели, задачи и структура маркетинговых исследований.
- Товарная политика.
- Коммуникационная политика. Реклама и стимулирование сбыта.
- Организация маркетинговой деятельности.
- Контроль маркетинговой деятельности.
- Международный маркетинг.

**6. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части дисциплин. Для освоения дисциплины «Маркетинг» студенты используют знания, умения, навыки, способы деятельности, сформированные в процессе изучения курсов «Экономическая теория» (в части общекультурных компетенций ОК-7, профессиональной компетенции ПК-1, ПК-3); экономика предприятия (в части общекультурных компетенций ОК-7, профессиональных компетенций ПК-1, ПК-3, ПК-7, ПК-9).

Освоение дисциплины «Маркетинг» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Финансовые рынки», «Региональная экономика».