

АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

<b>Название дисциплины</b>		<b>Маркетинг</b>					
<b>Номер</b>					<b>семестр</b>		<b>3,4</b>
<b>Кафедра</b>		84 ЭиМ	<b>Программа</b>	<b>38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ. ПРОФИЛЬ – ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ</b>			
<b>Составитель</b>		Шиляева Ольга Николаевна, ст. преподаватель					
<b>Цели и задачи дисциплины, основные темы</b>		<p><b>Цели:</b> изучение студентами сущности маркетинга, его роли и места в деятельности предприятия, в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия, руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды.</p> <p><b>Задачи:</b> обеспечить получение знаний о целях, методах и объектах маркетинговых исследований; сформировать у студентов представление об активных методах воздействия на рынок, а также приспособления деятельности фирмы (предприятия) к условиям рынка.</p> <p><b>Знания:</b> основные методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций в области маркетинга</p> <p><b>Умения:</b> - находить организационно-управленческие решения в области маркетинговой деятельности предприятия и готовность нести за них ответственность</p> <p><b>Навыки:</b> принятия решений в области маркетинговой деятельности предприятия.</p> <p><b>Лекции (основные темы):</b>          Современная концепция маркетинга.          Маркетинговые исследования. Комплексное исследование рынка.          Среда организации. Покупательское поведение.          Сегментация рынка и позиционирование. Маркетинговые стратегии.          Формирование товарной политики. Разработка ценовой политики. Система распределения и товародвижения. Формирование спроса и стимулирование сбыта.          Организация деятельности маркетинговой службы. Планирование маркетинга. Международный маркетинг. Маркетинг услуг и других сфер деятельности.</p>					
<b>Основная литература</b>		1. Алексунин В.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Алексунин В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 200 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/60437.html">http://www.iprbookshop.ru/60437.html</a> .— ЭБС «IPRbooks» 2. Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 656 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/60435.html">http://www.iprbookshop.ru/60435.html</a> .— ЭБС «IPRbooks» 3. Ким С.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Ким С.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 258 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/52301.html">http://www.iprbookshop.ru/52301.html</a> .— ЭБС «IPRbooks»					
<b>Технические средства</b>		Проекторная аппаратура для презентации лекции и демонстрации иллюстративных материалов.					
<b>Компетенции</b>		<b>Приобретаются студентами при освоении модуля</b>					
<b>Обще профессиональные</b>		способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2); владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6)					
<b>Зачетных единиц</b>	<b>8</b>	<b>Форма проведения занятий</b>		<b>Лекции</b>	<b>Практ. занятия</b>	<b>Лабор. работы</b>	<b>Самост. работа</b>
		<b>Всего часов</b>		36	36	-	178
<b>Виды контроля</b>	<b>Диф. зач./зач./экз</b>	<b>КП/КР</b>	<b>Условие зачета дисциплины</b>	3 сем. - получение оценки «3», «4», «5», 4 сем. - получение оценки «зачтено»	<b>Форма проведения самостоятельной работы</b>	Изучение теорет. материала, подготовка к зачету, экзамену	
<b>формы</b>	3 сем – экзамен, 4 сем - зачет	-					
<b>Перечень дисциплин, знание которых необходимо для изучения дисциплины</b>					Экономика, Статистика, Теория менеджмента		