

Аннотация
рабочей программы дисциплины
Б1.Б.17 Маркетинг
в составе основной профессиональной образовательной программы
высшего образования по направлению подготовки
Направление 38.03.02 Менеджмент Направленность (профиль) образовательной
программы «Экономический менеджмент»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины - обучение студентов владению теоретической базой и практическими навыками в области эффективного использования рыночного механизма в условиях экономической самостоятельности предприятий, банков, страховых компаний и субъектов рынка.

Задачи освоения учебной дисциплины:

1. Исследование, анализ и оценка нужд реальных и потенциальных потребителей продукции фирмы в областях, интересующих фирму.
2. Маркетинговое обеспечение разработки новых товаров и услуг фирмы.
3. Анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов.
4. Формирование ассортиментной политики фирмы.
5. Разработка ценовой политики фирмы.
6. Участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики.
7. Сбыт продукции и услуг фирмы.
8. Коммуникации маркетинга.
9. Сервисное обслуживание.

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП ВПО

Учебная дисциплина входит в профессиональный цикл учебного плана.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВПО и ОПП):

Профессиональные компетенции:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- понятия основных категорий по маркетингу;
- законодательную, нормативную и справочную литературу в области маркетинга;
- методы ценообразования и методики расчета цен;
- различные методы маркетинговых исследований

уметь:

- проводить системный анализ рынка товаров и услуг;
- разрабатывать структуру основных направлений, целей и стратегий предпринимательской деятельности;
- анализировать рыночные ситуации.

владеть:

- методами разработки и реализации маркетинговых программ.

4. Указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части образовательной программы по данному направлению подготовки и является обязательной вне зависимости от направленности образовательной программы, обеспечивает формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательным стандартом.