

## **Б.1.Б.11 Маркетинг**

### **Цель дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Маркетинг» является приобретение студентами необходимой квалификации для понимания 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.

### **Учебные задачи дисциплины**

Задачи маркетинга определяются содержанием и спецификой самого предмета и включают рассмотрение вопросов по формированию знаний, умений и навыков в маркетинговом планировании, отборе целевых рынков, подготовке и принятии решений в товарной, ценовой и распределительной политике, использование маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Маркетинг» (Б.1.Б.11) относится к базовой части блока «Дисциплины» учебного плана по направлению «Экономика». В ней раскрываются предпосылки, сущность и эволюция концепций маркетинга, маркетингового планирования, элементов комплекса маркетинга как важнейших элементов разработки и реализации программы маркетинга.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: Б.1.Б.6.2 «Макроэкономика», Б.1.Б.6.1 «Микроэкономика», Б.1.Б.8.2 «Экономическая статистика», Б.1.Б.15 «Финансы», Б.1.Б.12 «Менеджмент».

Для успешного освоения дисциплины Б.1.Б.11 «Маркетинг», студент должен:

#### **Знать:**

- способы сбора и обработки данных, обобщения, анализа информации (ОПК-2, , ПК-4);
- методики расчета социально-экономических показателей (ПК-4, ПК-7);
- методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических задач, методами и способами и средствами получения, хранения и переработки информации (ОПК-3; ПК-4, ПК-7).

#### **Уметь:**

- собирать и обрабатывать данные с помощью различных математических методов, выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОПК-3; ПК-4);
- выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами, выбирать инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей (ПК-3; ПК-9);
- собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных формах отчетности и прочих отечественных и зарубежных источниках для проведения маркетинговых исследований (ПК-7, ПК-9);
- оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию (ПК-11)

#### **Владеть навыками:**

- сбора и обработки необходимых данных, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОПК-3; ПК-4, ПК-7, ПК-9);
- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, навыками выбора и применения инструментальных средств для обработки данных (ОК-3; ПК-5);
- анализа и интерпретации информации, содержащейся в различных отечественных и зарубежных источниках (ОПК-2, ПК-7, ПК-9);
- методологией использования для решения коммуникативных задач основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОПК-3)

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: Б.1.Б.6.4 «Институциональная экономика», Б.1.Б.17 «Экономика фирмы», Б.1.Б.14 «Мировая экономика и международные экономические отношения», Б.1.Б.10.2 «Экономический анализ».

### **Требования к результатам освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

**ОПК-2** – способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

В результате освоения компетенции **ОПК- 2** студент должен:

**Знать:**

- способы сбора и обработки данных, обобщения, анализа информации

**Уметь:**

- собирать и обрабатывать данные с помощью различных математических методов, выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчетов, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией

**Владеть:**

- навыками сбора и обработки необходимых данных, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.

### **Содержание дисциплины:**

№ п\п	Наименование раздела дисциплины
1	Процесс создания и донесения ценностей до потребителей.
2	Маркетинговая среда. Анализ конкурентов.
3	Стратегические корпоративные и маркетинговые решения.
4	Поведение потребителей
5	Целевые рынки. Сегментация и позиционирование.
6	Маркетинговые решения по товару

7	Маркетинговые решения по цене
8	Маркетинговые решения по распределению.
9	Маркетинговые решения по коммуникациям и взаимоотношениям.
10	Организация маркетинга
11	Маркетинговое планирование
12	Экономическая оценка маркетинга
13	Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение
14	Международный маркетинг
15	Маркетинг услуг. Некоммерческий маркетинг

**Формы контроля – зачет с оценкой**