

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.0.31 «Маркетинг»

**Направление подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Бухгалтерский учет,
анализ и аудит**

1.	<p>Цель изучения дисциплины</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>Место дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавриата</p> <p>Дисциплина «Маркетинг» относится к обязательным дисциплинам базовой части Блока I «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.	Результаты освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг»		
	Код и наименование компетенций	Индикаторы	Дескрипторы
	Компетенции		
	<p>ОПК-5</p> <p>Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	<p>ОПК-5. И-1 Использует современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	<p>Знать: 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>Уметь: 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,</p>

ОПК-4 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	общественные блага, асимметрия информации); теоретические аспекты налогообложения. Владеть: современными информационными технологиями и программными средствами при решении профессиональных задач Знать: возможности осуществления идентификации проблемы и ее описание используя профессиональную терминологию экономической науки и опираясь на результаты анализа ситуации Уметь: осуществлять сбор и классификацию релевантной информации для описания проблемы, анализировать и интерпретировать финансовую бухгалтерскую и иную информацию содержащуюся в отчетности организации и ведомств. Владеть: 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	Знать: теоретические основы принятия управленческих решений методы экономического и финансового их обоснования Уметь: осуществлять экономически и финансово обоснованный выбор метода принятия управленческих решений для различных ситуаций с учетом факторов времени и риска. Владеть: 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:	2 з.е.				
	Курсовой проект (работа)	не предусмотрено				
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числ :	34	34				
Лекции	18	18				

Практические занятия, семинары	16	16			
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. 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 (в з.е.), в том числе:	2 з.е.				
Курсовой проект (работа)	не предусмотрено				
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числ :	16	16			
Лекции	16	16			
Практические занятия, семинары					
Лабораторные работы					
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:	56	56			
КСР	2				
Зачет					
Общая трудоемкость дисциплины	72	72			

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Основные понятия, определения и концепции маркетинга

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.

Тема 2. Анализ рыночных возможностей, сегментирование, отбор целевых сегментов, позиционирование

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.

Тема 3. Разработка и практическая реализация комплекса маркетинга

Комплекс маркетинга. Маркетинговые переменные. Тактический инструментарий маркетинга. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий. Система планирования маркетинга.

Тема 4. Комплексное исследование рынка: информация, анализ и прогноз

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

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