



АННОТАЦИЯ
рабочей программы
учебной дисциплины Б
Б1.О.19 « Маркетинг»
Направление подготовки

бакалавриат

38.03.01 Экономика профиль –Цифровая экономика

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 1 «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 цифровой экономики», «Основы проектной деятельности», «Экономическая теория», «Статистика».</p> <p>Дисциплина «Маркетинга» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Теневая экономика», «Макроэкономическое прогнозирование и планирование», «Цифровизация услуг социальной сферы».</p> <p>. 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) «Микроэкономика»		
	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</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	олигополии; концепцию экономического равновесия; причины несостоятельности рынка (монопольная власть, внешние эффекты, 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.				



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**

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, ускоренная формы 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

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.

Тема 6.

Инструментом формирования спроса и стимулирования сбыта. Продвижение. Виды продвижения. Этапы процесса разработки рекламной кампании. Распределение товаров.

5.

Образовательные технологии

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:

- 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.

Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы

**Информационное обеспечение
базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Название ресурса	Ссылка/доступ
Электронная библиотека онлайн «Единое окно к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru
«Образовательный ресурс России»	http://school-collection.edu.ru
Федеральный образовательный портал: учреждения, программы, стандарты, ВУЗы, тесты ЕГЭ, ГИА	http://www.edu.ru
Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР)	http://fcior.edu.ru
Русская виртуальная библиотека	http://rvb.ru
Кабинет русского языка и литературы	http://ruslit.ioso.ru
Национальный корпус русского языка	http://ruscorpora.ru
Научная электронная библиотека «e-Library»	http://elibrary.ru/defaultx.asp
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru
Электронно-библиотечная система ИнГУ	https://lib.inggu.ru/
Информационно-правовая система «Гарант»	Сетевая версия, доступна со всех компьютеров в корпоративной сети ИнГУ



Университет обеспечен следующим комплектом лицензионного программного обеспечения.

1. Лицензионное программное обеспечение, используемое в ИнГУ:
 - 1.1. Microsoft Windows 7, Windows 8, Windows 8.1, Windows 10
 - 1.2. Microsoft Windows server 2003, 2008, 2012, 2016
 - 1.3. Microsoft Office 2007, 2010, 2016
 - 1.4. Программный комплекс ММИС “Деканат”
 - 1.5. Программный комплекс ММИС “Визуальная Студия Тестирования”
 - 1.6. Программный комплекс ММИС "ПЛАНЫ"
 - 1.7. Программный комплекс ММИС "ЭЛЕКТРОННЫЕ ВЕДОМОСТИ"
 - 1.8. Программный комплекс ММИС ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЕ "ПРИЕМНАЯ КОМИССИЯ-ОНЛАЙН"
 - 1.9. Программный комплекс ММИС "ПРИЕМНАЯ КОМИССИЯ"
 - 1.10. Программный комплекс ММИС "ВЕДОМОСТИ ОНЛАЙН"
 - 1.11. Программный комплекс ММИС «РПД ОНЛАЙН»
 - 1.12. Универсальный статистический пакет STADIA
 - 1.13. 1С Зарплата и Кадры
 - 1.14. 1С Кадры: расчет заработной платы
 - 1.15. Антивирусное ПО Kaspersky endpoint security
 - 1.16. Справочно-правовая система “Гарант”
 - 1.17. 1С Бухгалтерия

Наряду с традиционными изданиями студенты и сотрудники имеют возможность пользоваться электронными полнотекстовыми базами данных:

7.	Формы текущего контроля
	Тесты, эссе, реферат.
8.	Форма промежуточного контроля
	Зачет

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