



АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг»

Направление подготовки бакалавриата 38.03.02 «Менеджмент»

1	Цель изучения дисциплины. 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 ; особенности использования маркетинга в различных сферах деятельности. Маркетинговый подход становится философией бизнеса, залогом успеха на рынке. Это одна из основополагающих дисциплин для руководителей и специалистов предприятий в рыночных условиях.																						
2	<p>Место дисциплины в структуре ОПОП ВО бакалавр Дисциплина «Маркетинг» относится к дисциплинам базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.</p> <p>В соответствии с учебным планом период обучения по дисциплине – 4-й семестр.</p> <p>Дисциплина «Маркетинг» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ОПОП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» предполагает взаимосвязь с другими дисциплинами. Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Маркетинг» являются: экономическая теория, информационные системы в экономике, менеджмент, статистика, психология, социология. Курс «Маркетинг» является основополагающим для изучения следующих дисциплин: управление качеством, логистика, маркетингование управленческой деятельности, Стратегический менеджмент, Планирование и контроль</p> <p>В совокупности с другими дисциплинами базовой части профессионального цикла ФГОС ВО дисциплина «Маркетинг» обеспечивает инструментальный формирование профессиональных компетенций как современного специалиста, так и бакалавриата.</p>																						
3	<p>Результаты освоения дисциплины (модуля) «Маркетинг»</p> <table><tr><th>Код и наименование компетенций</th><th colspan="3">Индикаторы</th></tr><tr><td colspan="4">Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</td></tr><tr><td>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений и организаций</td><td>ОПК-4.И-1. Применяет основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся и ресурсов и компетенций.</td><td>ОПК-4.И-2. Осуществляет разработку бизнес-планов, проектов, развития новых направлений деятельности и организаций.</td><td>ОПК-4.И-3. Оценивает экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа</td></tr><tr><td colspan="4">Профессиональные компетенции (ПК)</td></tr><tr><td>ПК-8 Способен участвовать в разработке</td><td>ПК -8.1 умеет оценивать экономические и социальные условия осуществления</td><td colspan="2">ПС 08.018 Трудовая функция</td></tr></table>			Код и наименование компетенций	Индикаторы			Общепрофессиональные компетенции (ОПК)				ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений и организаций	ОПК-4.И-1. Применяет основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся и ресурсов и компетенций.	ОПК-4.И-2. Осуществляет разработку бизнес-планов, проектов, развития новых направлений деятельности и организаций.	ОПК-4.И-3. Оценивает экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа	Профессиональные компетенции (ПК)				ПК-8 Способен участвовать в разработке	ПК -8.1 умеет оценивать экономические и социальные условия осуществления	ПС 08.018 Трудовая функция	
Код и наименование компетенций	Индикаторы																						
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)																							
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений и организаций	ОПК-4.И-1. Применяет основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся и ресурсов и компетенций.	ОПК-4.И-2. Осуществляет разработку бизнес-планов, проектов, развития новых направлений деятельности и организаций.	ОПК-4.И-3. Оценивает экономическую эффективность принимаемых управленческих решений на основе знания методов финансового и инвестиционного анализа																				
Профессиональные компетенции (ПК)																							
ПК-8 Способен участвовать в разработке	ПК -8.1 умеет оценивать экономические и социальные условия осуществления	ПС 08.018 Трудовая функция																					



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра «Менеджмент»

	маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия. Направленные на ее реализацию. Применения инструментария логистики к управлению потоками и потоковыми процессами организации	предпринимательско й деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели; ПК-8.2 знает основные этапы эволюции концепции маркетинга, содержание маркетинговой концепции управления предприятием; ПК-8.3 владеет навыками системного подхода к логистической системе, экономическими, экономико-математическими и статистическими методами, а также знаниями сущности ценообразования, его рыночных и финансовых аспектов, с тем чтобы оценить влияние различных мероприятий на создание эффективных логистических систем	В/04.6				
4	Структура и содержание дисциплины						
.	4.1. Структура дисциплины (модуля)						
Вид учебной работы		Всего	Порядковый номер семестра				
			5	6			
Общая трудоемкость дисциплины всего (в з.е.), в том числе:		6 з.е.	3	3			
Курсовой проект (работа)			-	+			
Аудиторные занятия всего (в акад. часах), в том числе:		102	52	50			
Лекции		70	36	34			
Практические занятия, семинары		32	16	16			
Лабораторные работы		-	-	-			
Самостоятельная работа всего (в акад. часах), в том числе:							
КСР		87	56	31			
экзамен		27					
Общая трудоемкость дисциплины		216	-				
4.2. Содержание дисциплины							
Наименование модульных единиц дисциплины		Всего кол-во часов на модуль	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СРС	
			Л	С	ПЗ		
Модуль 1.Сущность, содержание и управление маркетинговой							



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра «Менеджмент»

	деятельностью					
	Тема 1. Основные понятия маркетинга					
	Тема 2. Маркетинговая среда организации					
	Тема 3. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга. Процесс управления маркетингом.					
	Модуль 2. Аналитический инструментарий маркетинга					
	Тема 4. Маркетинговые исследования.					
	Тема 5. Система маркетинговых исследований					
	Тема 6. Критерии и методы сегментации рынка					
	Тема 7. Подготовка аналитического отчета о состоянии рынка. Общие положения. Примеры аналитического отчетов о состоянии рынка.					
	Модуль 3. Товар и товарная политика в маркетинге					
	Тема 8. Товар и его коммерческие характеристики					
	Тема 9. Оценка конкурентоспособности товара					
	Тема 10. Марка и марочная политика.					
	Тема 11. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий в маркетинге					
	Тема 12. Позиционирование товара на рынке					
	Тема 13. Управление ассортиментом					
	Модуль 4. Цены и их функции в маркетинге					
	Тема 14. Виды цен и особенности их применения					
	Тема 15. Методы расчета цен					
	Тема 16. Ценовые стратегии					
	Тема 17. Виды скидок и условия их применения	1.	2.	3.	4.	5.



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
 Факультет экономики и управления
 Кафедра «Менеджмент»

	Модуль 5. Формы продвижения товаров и услуг на рынок					
	Тема 18. Классификация методов и средств стимулирования реализации продукции. Формы краткосрочного стимулирования					
	Тема 19. Виды и средства рекламы					
	Тема 20. Паблик рилейшнз товарная пропаганда					
	Тема 21. Методы персональных продаж					
	Модуль 6. Структура и функционирование системы товародвижения в маркетинге					
	Тема 22. Торговые посредники и их квалификация. Дилеры и дистрибьюторы					
	Тема 23. Каналы распределения: уровни и типы организации					
	Тема 24. Организация оптовой и розничной торговли					
	Тема 25. Товародвижение					
	Модуль 7. Организация маркетинговой деятельности					
	ИТОГО по модульной дисциплине	102	70	-	32	87
Форма итогового контроля: курсовая работа; экзамен						
5	Образовательные технологии					
.	При подготовке бакалавров используются следующие основные формы проведения учебных					



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»
Факультет экономики и управления
Кафедра «Менеджмент»

	<p>занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> • интерактивные лекции; • лекции-пресс-конференции; • тренинги и семинары по развитию профессиональных навыков; • групповые, научные дискуссии, дебаты.
6	Используемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Internet»; информационные технологии, программные средства и информационно-справочные системы
	<p>Информационное обеспечение базы данных, информационно-справочные и поисковые системы Электронные ресурсы :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Образовательный ресурс России» - http://school-collection.edu.ru 2. Федеральный образовательный портал: учреждения, программы, стандарты, ВУЗы, тест ЕГЭ, - http://www.edu.ru 3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) - http://fcior.edu.ru 4. Издательство «Лань». Электронно-библиотечная система - http://e.lanbook.com 5. Научная электронная библиотека «e-Library» - http://elibrary.ru/ 6. Электронно-библиотечная система IPRbooks - http://www.iprbookshop.ru 7. Информационно-правовая система «Консультант-плюс» 8. Информационно-правовая система «Гарант» 9. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - https://www.biblio-online.ru <ol style="list-style-type: none"> 1. www.prosmi.ru (журналы о рекламе) 2. www.4p.ru (журнал «Маркетинг») 3. www.advertology.ru (о рекламе) 5. www.btlregion.ru (BTL-реклама) 6. www.sostav.ru (Маркетинговое агентство) 7. http://marketing.rbc.ru/ (исследования РБК) 8. www.gks.ru (Гос. служба статистики)
7	Формы текущего контроля
	Опрос, тестирование, решение задач, рефераты, конференция, эссе
8	Форма промежуточного контроля
	экзамен

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