

Аннотация дисциплины «МАРКЕТИНГ»

по основной профессиональной образовательной программе
прикладного бакалавриата 38.03.02 «Менеджмент»
профиль Менеджмент в сервисе и туризме
для очной и заочной форм обучения

1. Цели освоения дисциплины:

получение знаний о системе и принципах маркетинговой деятельности фирм, ориентированной на сочетание интересов предпринимательской структуры и общества - получение прибыли с помощью Удовлетворения потребностей населения, и на этой основе получение студентами знаний, необходимых для практической деятельности. Маркетинг дает будущим менеджерам яркое представление о рыночных возможностях фирмы в условиях меняющейся рыночной конъюнктуры умение использовать законы рынка в своей Практической деятельности.

2. Результаты обучения по дисциплине (приобретаемые компетенции):

ПК-9: способность 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- 15: умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

ПК- 17: способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

3. Трудоемкость дисциплины - 5 ЗЕ (180 ч) 2015 (очная, заочная), 2016 (очная); 6 ЗЕ (216ч)

4. Содержание дисциплины:

Дисциплина включает следующие модули:

МОДУЛЬ 1. Документальные основы маркетинга. Система маркетинговых исследований.

МОДУЛЬ 2. Сегментирование и выбор целевых рынков Целевой маркетинг и позиционирование товара Бенчмаркинг. Товарная политика фирмы.

МОДУЛЬ 3. Ценообразование в маркетинге Распределительная политика фирмы.

МОДУЛЬ 4. Коммуникационная политика.

МОДУЛЬ 5. Стратегическое планирование в маркетинге.

МОДУЛЬ 6. Управление маркетингом фирмы. Промышленный маркетинг.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет, экзамен 2013-2016 (очная), 2012-2015 (заочная)

Очная форма: 3 семестр зачет, 4 семестр - экзамен;

Заочная форма: 4 семестр — зачет, 5 семестр - экзамен

Разработал

Руководитель ОПОП 38.03.02 «Менеджмент»

Проверил

Директор ИЭиУ



И.Н. Сычева

И.Н. Сычева