

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Беловский институт (филиал) федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Кемеровский государственный университет» (БИФ КемГУ)
Кафедра экономических наук и информационных технологий



УТВЕРЖДАЮ
Директор БИФ КемГУ

В.А. Саркисян
«27» февраля 2019г.

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Маркетинг**

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

(цифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

Финансы и кредит

Форма обучения

очная, заочная

(очная, заочная, очно-заочная и др.)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины:

– овладение студентами совокупностью знаний, умений, теоретическими и практическими навыками и методами в области маркетинга для изучения потребностей общества и групп потребителей, прогнозирования спроса и его формирования на базе новейших научно-технических достижений с использованием результатов фундаментальных научных разработок, изобретений и открытий, а также формирование необходимых компетенций в профессиональной деятельности

Задачи:

-изучить сущность, содержание и инструментарий, а также методологические основы и методы маркетинговой деятельности в процессе управления коммерческим предприятием;

- научить исследовать рынок, его сегментацию и конъюнктуру;

- рассмотреть маркетинговые подходы к формированию ассортиментной политики и ценообразованию, стимулированию сбыта и маркетинговым коммуникациям предприятия;

-научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований в деятельности коммерческого предприятия;

- сформировать знания о маркетинге и маркетинговых исследованиях с целью применения их на практике;

- научить разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию предприятия

Требования к результатам освоения дисциплины

Коды компетенции	Результаты освоения ООП Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4	способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность	знать: ОПК 4-1: правила и процедуры принятия организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; уметь: ОПК 4-2: организовывать свой труд и труд других людей; владеть: ОПК 4-3: навыками брать ответственность за результаты деятельности (своей и других людей).
ПК-11	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	знать: ПК 11-1: методы оценки управленческих решений; ПК 11-2: основы выбора предлагаемых вариантов управленческих решений с учетом определенных критериев; уметь: ПК 11-3: разрабатывать проекты в сфере экономики и бизнеса с учетом нормативно-правовых, ресурсных, административных и иных ограничений; ПК 11-4: подготавливать и принимать решения по вопросам организации управления и совершенствования деятельности экономических служб и подразделений предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. с учетом правовых,

		административных и других ограничений; владеть: ПК 11-5: навыками разработки вариантов управленческих решений, обоснования их выбора на основе критериев социально-экономической эффективности с учетом рисков и возможных социально-экономических последствий принимаемых решений.
--	--	--

2. Общая трудоемкость дисциплины – 3 з.е.

3. Содержание дисциплины

Сущность и современные концепции маркетинга.

Поведение потребителей

Маркетинговые исследования.

Товарная политика.

Ценовая политика.

Сбытовая политика.

Коммуникативная политика.

Управление маркетингом..