ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

38.03.01 – Экономика
(профиль 38.03.01-02 «Финансы и кредит»)

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5зач. единиц, 180 часов, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 34 часа, практические занятия – 34 часа, самостоятельная работа обучающегося составляет 112 часов, предусмотрено выполнение РГЗ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные тенденции в развитии маркетинга; виды маркетинговой информации; способы получения и анализа исследовательской информации; основные принципы и методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации; основы поведения потребителей; сущность маркетингового управления предприятием; сущность партнерских отношений с потребителями, клиентами, рыночными партнерами.

Уметь: осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; анализировать поведение потребителей; сегментировать рынок и позиционировать продукцию; формировать спрос на продукцию, товар или услугу организации; проводить конкурентный анализ отрасли; разрабатывать маркетинговую стратегию организации.

Владеть: навыками сбора, анализа и использования информации, необходимой для принятия различных управленческих и маркетинговых решений; аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях; умениями применять и методы маркетингового управления предприятием в профессиональной деятельности.

Дисциплина предусматривает изучение следующих основных разделов: Социальные основы маркетинга, маркетинговые исследования, анализ рыночной конъюнктуры, анализ конкурентов и потребителей, разработка рыночной стратегии компании, формирование товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политики, планирование и оценка эффективности в маркетинге.