

Частное образовательное учреждение высшего образования "Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"

Маркетинг

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент,
профиль «Менеджмент организации»

Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра управления и связей с общественностью**

Квалификация	Бакалавр		
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ		
Форма обучения	очная		
Часов по учебному плану	180	Виды контроля	в семестрах:
в том числе:		экзамены	5
аудиторные занятия	69,6		
самостоятельная работа	76		
часов на контроль	34,4		
Форма обучения	очно-заочная		
Часов по учебному плану	180	Виды контроля	в семестрах:
в том числе:		экзамены	5
аудиторные занятия	17,6		
самостоятельная работа	153,4		
часов на контроль	9		
Форма обучения	заочная		
Часов по учебному плану	180	Виды контроля	в семестрах:
в том числе:		экзамены	5
аудиторные занятия	17,6		
самостоятельная работа	155		
часов на контроль	7,4		

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Лекции	34		34	
Практические	34		34	
Контактная работа на курсовую работу				
Контактная работа на аттестацию	1,6		1,6	
Итого ауд.	69,6		69,6	
Контактная работа				
Сам. работа	76		76	
Часы на контроль	34,4		34,4	
Итого	180		180	

**Распределение часов дисциплины по семестрам
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		4 (2.2)		Итого
	УП	РП	УП	РП	
Лекции	6		6		6
Практические	10		10		10
Контактная работа на курсовую работу					
Контактная работа на аттестацию	1.6		1.6		1.6
Итого ауд.	17.6		17.6		17.6
Контактная работа					
Сам. работа	153,4		153,4		153,4
Часы на контроль	9		9		9
Итого	180		180		180

**Распределение часов дисциплины по семестрам
заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		4 (2.2)		Итого
	УП	РП	УП	РП	
Лекции	6		6		6
Практические	10		10		10
Контактная работа на курсовую работу					
Контактная работа на аттестацию	1.6		1.6		1.6
Итого ауд.	17.6		17.6		17.6
Контактная работа					
Сам. работа	155		155		155
Часы на контроль	7,4		7,4		7,4
Итого	180		180		180

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель - формирование у обучающихся комплекса знаний и практических навыков в области маркетинговой деятельности, методов проведения маркетинговых исследований, сформировать основной инструментарий маркетинга и базовые знания в области маркетинговой политики.

Задачами учебной дисциплины «Маркетинг» являются:

изучение с основных положений теории маркетинга

- изучение приемов и методов функционального маркетинга,
- изучение методов сбора и анализа маркетинговой информации,
- подготовка студентов к работе в условиях реального маркетинга.
- изучение деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- овладение навыками использования маркетингового инструментария.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Статистика
2.1.2	Экономическая теория
2.1.3	Теория Менеджмента
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинговые исследования
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Преддипломная практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-4.1: Определяет и оценивает новые рыночные возможности организации, исследует и анализирует конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков, описывает их характеристики и осуществляет поиск рыночных

Знать: основы функционирования целевых рынков

Уметь: исследовать и анализировать конъюнктуру и тенденции развития целевых рынков

Владеть: навыками поиска рыночных ниш

ОПК-4.2: Участвует во внедрении технологических и продуктовых инноваций, программ организационных изменений

Знать: принципы компетентного подхода к определению типов инноваций

Уметь: управлять программой организационных изменений

Владеть: навыками участия в управлении инновационными проектами

ОПК-4.3: Моделирует бизнес-процессы и использует методы бизнес-планирования в практической деятельности организаций

Знать: основные бизнес-процессы в организации

Уметь: анализировать бизнес-процессы в практической деятельности организации организаций по известным методикам

Владеть: навыками реорганизации бизнес-процессов и бизнес-проектов

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать: <ul style="list-style-type: none">• понятия и утверждения, входящие в содержание дисциплины,• особенности организации маркетинга на предприятии• особенности и инструменты стратегического и оперативного маркетинга;• маркетинговую составляющую всех стадий создания и движения товара от его замысла до реализации спроса на него;• инструменты товарного маркетинга, ассортиментной и марочной политики;• принципы маркетингового ценообразования;• технологию сбыта товаров;• методы формирования каналов товародвижения;• способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей;• методологию маркетинговых исследований.
3.2	Уметь: <ul style="list-style-type: none">• ориентироваться на рынке маркетинговой информации;• грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных;• осуществить анализ рыночных параметров;• разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы;• применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.• выявлять и удовлетворять требованиям потребителей товара (услуги);• оценивать рыночную ситуацию;
3.3	Владеть: <ul style="list-style-type: none">• методами своевременного получения рыночной информации;• инструментарием маркетинговых исследований товаров и услуг;• умением практического применения в хозяйственной деятельности предприятия