

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы маркетинга»**

Учебный курс «Основы маркетинга» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика (Российско-американская программа).

Дисциплина «Основы маркетинга» включена в состав блока обязательных дисциплин вариативной части.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (18 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (108 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Основы маркетинга» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Математика», «Менеджмент», «Основы экономической статистики», «Статистика» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Экономический анализ», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Логистика».

Содержание дисциплины состоит из десяти тем и охватывает следующий круг вопросов: социально-экономическая сущность маркетинга; исследование маркетинговой среды; планирование и проведение маркетинговой информационной системы, маркетинговых исследований; сбор, обработка и анализ информации по потребительскому поведению, конкурентам; поиск деловых партнёров; сегментирование и позиционирование рынка; комплекс маркетинга 5P; разработка и реализация маркетинговых стратегий; анализ целевых рынков.

**Цель** изучения учебного курса – теоретическая и практико-ориентированная подготовка студентов в области маркетинговой деятельности, направленная на формирование системных знаний о содержании, целях, задачах, функциях маркетинга, обеспечивающих работу службы маркетинга на

предприятию, а также формированию умений применять методы анализа рынка, методики маркетинговых исследований, стратегического планирования целью эффективного управления предприятием.

**Задачи:**

- сформировать системное представление о процессе формирования маркетинговой информационной системы, методах маркетинговых исследований, особенностях сегментирования целевых рынков, функционирования службы маркетинга;

- сформировать навыки анализа конкурентов различными методиками;

- сформировать навыки организации и проведения маркетинговых исследований;

- сформировать навыки исследования и разработки конкурентных стратегий;

- обучить профессиональным подходам к планированию комплекса маркетинга;

- сформировать исследовательские навыки оформления аналитического отчета.

Для успешного изучения дисциплины «Основы маркетинга» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-7 способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ современные отечественные и зарубежные информационные системы и базы данных;</li> <li>✓ современные подходы к исследованию, анализу, прогнозированию</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ исследовать, анализировать отечественные и зарубежные источники информации</li> <li>✓ формировать перечень источников необходимой информации об определенном рынке;</li> <li>✓ осуществлять поиск статистической информации в международных и национальных банках данных;</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ основными методами, способами и средствами получения, переработки информации для подготовки информационного обзора/аналитического отчета</li> </ul>
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	Знает	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ способы саморегуляции и фокусирования внимания при различных нестандартных условиях и ситуациях;</li> <li>✓ место творческой коммуникации в многообразии коммуникативных сред и коммуникативных процессов для решения профессиональных задач;</li> <li>✓ методы анализа и оценки возникающих проблем;</li> <li>✓ методы генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач;</li> </ul>
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ анализировать альтернативные варианты решения нестандартных исследовательских и практических задач и оценивать потенциальные выигрыши/проигрыши реализации этих вариантов;</li> <li>✓ конструировать коммуникативные ситуации в различных экспертных контекстах,</li> <li>✓ принимать решения в нестандартных ситуациях и нести ответственность;</li> <li>✓ разрабатывать план действий по решению возникающих проблем;</li> <li>✓ нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.</li> </ul>
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ умением ориентироваться в нестандартных условиях и ситуациях, анализировать возникающие проблемы, разрабатывать и осуществлять план действий;</li> <li>✓ навыками анализа методологических проблем, возникающих при решении исследовательских и практических задач</li> <li>✓ способностью нести социальную и этическую ответственность за принятые решения в</li> </ul>

		нестандартных ситуациях.
--	--	--------------------------

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы маркетинга» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, реферат, кейс-задачи, составление интеллект-карты.