

**АННОТАЦИЯ**  
**Рабочей программы учебной дисциплины**  
**«Маркетинг»**  
**направления 38.03.01-Экономика**  
**профиль – Бухгалтерский учет, анализ аудит**

**Цель изучения дисциплины** является; приобретение студентами теоретических знаний по маркетингу, его роли и места в деятельности предприятия ,в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия ,руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды а также формирование практических навыков использования различных инструментов маркетинга в деятельности организации.

**Задачи изучения дисциплины:**

- изучение особенностей использования в управлении организацией принципов маркетинга, концепций и видов маркетинга;
- изучение основных этапов процесса маркетингового исследования;
- ознакомление с критериями сегментации потребителей различных рынков;
  - изучение основных источников маркетинговой информации, необходимых для принятия управленческих решений;
  - формирование умений собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность организаций;
- формирование умений анализировать рынок программно-технических средств;
  - овладение навыками сбора маркетинговой информации с помощью различных методов;
  - формирование навыков разработки концепции нового информационного продукта.

**Студент должен знать:**

- действующие нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий;
- экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;
  - понятие маркетинга как вид деятельности и систему управления;
  - методологические основы маркетинга и его инфраструктуру;
  - планирование ситуаций и разработку решений;
  - функции маркетинга и их взаимосвязь;
  - мотивацию деятельности в маркетинге;
  - управление индивидом и управление группой;
  - руководство, власть и партнерство;
  - виды организационных структур;
  - стиль менеджмента и имидж менеджера.

**Уметь:**

- применять типовые методики расчета показателей;
- анализировать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов;
  - организовать на научной основе свой труд, должен быть способен - поставить цели и сформулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
  - должен быть готов к кооперации с коллегами и работе в коллективе, уметь организовать работу исполнителей;
  - находить и принимать управленческие решения в условиях противоречивых требований;

- анализировать и принимать решения по совершенствованию организации

**Владеть:**

- знанием нормативно-правовой базы хозяйствующих субъектов;
- типовыми методиками анализа экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.
- навыками оценки деятельности предприятия с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения;
- несколькими методами принятия эффективных организационно-управленческих решений, различными способами передачи их исполнителям;
- способностью находить управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиции социальной значимости принимаемых решений.

**Содержание.**

Понятие и сущность маркетинга, его цели, задачи и принципы

Система маркетинговых исследований.

Основы товарной политики.

Задачи и политика ценообразования.

Товародвижение и торговля.

Поведение потребителей.

Рынок и его роль в маркетинге.

Конкуренция и конкуренты.

Маркетинговые коммуникации.

**Место дисциплины в учебном плане:** Данная дисциплина (модуль) относится к блоку 1 и реализуется в рамках базовой части Б1.Б.20

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре заочной формы обучения - зачет.

**Требования к предварительной подготовке студентов.** Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовый уровень по экономическим дисциплинам, изучаемым в бакалавриате: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Бухгалтерский учет и анализ», «Деньги, кредит, банки» и др.

**Трудоемкость дисциплины:**

Для заочной формы обучения: трудоемкость дисциплины: 4 зач. ед., 144 час. (6 ч. лек., 6 ч. практ., 128 час. СРС, контроль 4).

**Требования к результатам освоения.** Дисциплина участвует в формировании компетенции: ОПК-4; ПК-2.

**Образовательные технологии:** лекции, практические занятия, обсуждение рефератов и докладов, расчетно-аналитические задания, консультации преподавателей, методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий, самостоятельная работа студентов.