

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.