

**Аннотация**  
**рабочей программы дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.09.01 Основы маркетинга**

**Название кафедры: «Мировая экономика и международный бизнес»»**

**1. Цель и задачи дисциплины**

**Целью** дисциплины является изучение сущности и содержания маркетинга, получение студентами знаний в области основ и методов маркетинга как эффективной основы управленческой, хозяйственной и производственно-сбытовой деятельности применительно к практике организаций и предприятий, работающих в условиях рыночных отношений, как на внешнем, так и на создаваемом внутреннем рынке, а также овладение студентами практическими навыками маркетинга для использования в своей производственной деятельности.

**Задачи дисциплины:**

- Формирование у студентов системы теоретических представлений о маркетинге как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологиях, месте и роли маркетинга в деятельности компании.
- Представление теоретических основ маркетинга, в т.ч. современной маркетинговой концепции, системы информационного обеспечения маркетинга, принципов разработки стратегий и программ маркетинга, основ формирования товарной, сбытовой и коммуникационной политики фирмы, специфики маркетинговой деятельности на рынке строительства и недвижимости.
- Создание прочных основ системы конкретных умений, позволяющих проводить маркетинговые исследования, осуществлять стратегическое планирование маркетинга, разрабатывать комплекс и план маркетинга организации, осуществлять сегментирование рынка и позиционирование товаров на выбранных целевых сегментах, проводить грамотную ценовую политику, осуществлять маркетинговые коммуникации и стимулировать сбыт.
- Выработка у обучающихся навыков творческого использования теоретических знаний по дисциплине в приложении к различным ситуационным задачам.
- Обучение студентов систематизации исходных данных и результатов, полученных в ходе расчета показателей для анализа маркетинговых проблем.
- Формирование у студентов способности принимать решения в меняющейся рыночной ситуации и аргументировать их.

## **2. Место дисциплины в структуре учебного плана Б1.В.ДВ.09.01**

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций.

### **Общекультурные компетенции:**

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

### **Общепрофессиональные компетенции:**

- способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий (ОПК-6);
- готовность к работе в коллективе, способность осуществлять руководство коллективом, подготавливать документацию для создания системы менеджмента качества производственного подразделения (ОПК-7).

### **Профессиональные компетенции:**

- знание организационно-правовых основ управленческой и предпринимательской деятельности, планирования работы персонала и фондов оплаты труда (ПК-6);
- владение методами осуществления инновационных идей, организации производства и эффективного руководства работой людей, подготовки документации для создания системы менеджмента качества производственного подразделения (ПК-7).

## **4. Общий объем дисциплины: 3 з.е. (108 часов).**

## **5. Дополнительная информация:**

В процессе подготовки презентаций курсовых работ в рамках курса «Основы маркетинга» студенты используют программный продукт «MS Power Point». Для проведения презентаций курсовых работ используется мультимедийное оборудование для проведения презентаций.

В рамках курса «Основы маркетинга» предполагается использование обучающих программ «Маркетинг и реклама», «Маркетинг». Использование данных программ позволяет более эффективно организовать самостоятельную работу студентов.

«Маркетинг и реклама» - это мультимедийный учебник, содержащий курс маркетинга. Имеет встроенную поисковую систему по всем разделам. Содержит множество тестов для закрепления знаний. Позволяет подготовить и распечатать материал для подготовки к лекциям и практическим занятиям.

«Маркетинг» - информационно-обучающая программа, главная задача которой – познакомить студентов с основами современных знаний о маркетинге, помочь в практической деятельности.

**6. Виды и формы промежуточной аттестации - экзамен.**