

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.Б.19 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»

Кафедра менеджмента организации и управления инновациями

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – освоение студентами основных положений теории маркетинга и приобретение умений использовать теоретические знания при реализации маркетинговых функций в компании.

Задачи дисциплины:

- раскрыть социально-экономическую сущность маркетинга;
- усвоить содержание современных концепций управления маркетингом;
- уяснить содержание операционной маркетинговой стратегии;
- приобрести практические умения по разработке комплекса маркетинга фирмы;
- овладеть навыками реализации основных функций маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в базовую часть учебного плана. Шифр дисциплины – Б1.Б.19.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины способствует формированию у обучающихся следующих компетенций:

общекультурные:

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

профессиональные:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основы социально-экономической сущности маркетинга;
- основы самоорганизации и самообразования;
- основы маркетинговых исследований и этапы их проведения;
- состав комплекса маркетинга и решения по разработке его инструментов.

Уметь:

- использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- самоорганизовать свою деятельность и заниматься самообразованием;
- проводить маркетинговые исследования;
- использовать маркетинговый инструментарий для анализа внешней и внутренней среды.

Владеть:

- основами экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- способностью к самоорганизации и самообразованию;
- навыками проведения маркетинговых исследований.

4. Общий объем дисциплины: 6 з. е. (216 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме (V семестр) и экзамен в устной форме (VI семестр).