


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

по направлению 38.03.01 Экономика (бакалавриат)
профиль Финансы и кредит

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Маркетинг» - формирование у студентов знаний в области современной теории маркетинга и формирования навыков их практического использования в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о сущности маркетинговых понятий, концепций и содержании инструментов маркетинга;
- сформировать у студентов понимание элементов комплекса маркетинга и соответствующих маркетинговых технологий;
- дать представление о подходах к управлению маркетинговой деятельностью в организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата по направлению 38.03.01 Экономика по профилю Финансы и кредит.


Дисциплина «Маркетинг» основана на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин: Экономическая теория, Основы управления рисками.

Дисциплина «Маркетинг» предшествует изучению дисциплин, прохождению видов практики и дальнейшему формированию соответствующих компетенций (или их части): Финансы, Бухгалтерский учет, Мировая экономика, Ознакомительная практика, а также подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-3 - способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	Знать теоретико-методические концепции и инструменты маркетинга для проведения анализа и содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне; Уметь использовать маркетинговые знания для проведения анализа и содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне; Владеть навыками использования маркетинговых концепций и методов для проведения анализа и содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часов).

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: лекции, практические занятия с использованием активных форм с применением мультимедийных материалов, деловых и ролевых игр, и др.

При организации самостоятельной работы студентов применяются следующие образовательные технологии: самостоятельная работа, сопряженная с основными аудиторными занятиями (проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины); подготовка к тестированию; самостоятельная работа под контролем преподавателя в форме плановых консультаций; внеаудиторная самостоятельная работа при выполнении курсовой работы

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: тестирование, обсуждение вопросов, доклады.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.