

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

по направлению 38.03.01 Экономика  
профиль «Экономика предпринимательства»

## 1. Цели и задачи дисциплины

*Цель дисциплины “Маркетинг”* - формирование у студентов, обучающихся по направлению 38.03.01 Экономика, 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 содержания 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

«Маркетинг» является учебной дисциплиной обязательной части Учебного плана подготовки по направлению 08.03.01 Экономика по профилю «Экономика предпринимательства» и имеет код Б1.О.21.

До изучения данной дисциплины студент должен освоить содержание предшествующей дисциплины с формированием соответствующих компетенций (или их части): введение в специальность, экономическая теория, финансы, основы бухгалтерского учета, история финансов.

Дисциплина «Маркетинг» изучается в одном семестре с дисциплинами (практиками), направленными на формирование соответствующих компетенций (или их части): ознакомительная практика.

Дисциплина «Маркетинг» предшествует изучению дисциплин (прохождению практик) и дальнейшему формированию соответствующих компетенций (или их части): защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

## 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	ИД-1 опк3 Знать теоретико-методические концепции и инструменты маркетинга для анализа и содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне; ИД-2 опк3 Уметь использовать маркетинговые знания для анализа о содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне; ИД-3 опк3 Владеть навыками использования маркетинговых концепций и методов для анализа о содержательного объяснения природы экономических процессов на микро- и макроуровне

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единицы (180 часа).

#### **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 лекционных материалов, деловых и ролевых игр, и др.

При организации самостоятельной работы студентов применяются следующие образовательные технологии: ответы студентов на устные вопросы по теме, дискуссии, деловые и ролевые игры, подготовка и обсуждение докладов с их презентацией, коллоквиум, письменный опрос по теме и др.

#### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: доклад, коллоквиум, письменный опрос. По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности – зачётно экзаменационная ведомость. Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинг» проводится в форме экзамена в 1 семестре.