



ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»
КРАСНОЯРСКИЙ ФИЛИАЛ

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

Направление подготовки: 38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки: «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
«Финансы и кредит»; «Экономика труда»

Квалификация выпускника
Бакалавр

Кафедра: финансов и кредита

Красноярск – 2015

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг» является овладение базовым набором знаний и умений для ведения маркетинговой деятельности и практических навыков, необходимых для эффективной ее организации на предприятии.

Задача изучения дисциплины - ознакомление знаний о маркетинге как философии и технологии современного бизнеса; представление о его предмете и методе; дать студентам современные инструменты маркетинговой деятельности; углубление навыков комплексного анализа проблем, выдвигаемых практикой деятельности экономических субъектов; изучение закономерностей поведения потребителей и производителей, факторов влияющих на выбор потребителя и производителя; анализ поведения фирм в условиях разных рыночных структур совершенной и несовершенной конкуренции;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг» входит в блок Б1.В.ОД.7 дисциплин учебного плана ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

а) общепрофессиональных компетенций:

ОПК-2 – способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач;

б) профессиональных:

ПК-1 - способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

ПК-7 - способностью, используя отечественные и зарубежные источники

информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

ОПК-2

знать: методы сбора информации для решения поставленных экономических задач; методы анализа данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов по решению поставленных экономических задач;

уметь: использовать источники экономической, социальной, управленческой информации; осуществить поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач

владеть: осуществить поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач.

ПК-1

знать: основные понятия, категории и инструменты экономической теории и прикладных экономических дисциплин; источники информации и принципы работы с ними; методы сбора, анализа и обработки исходной информации для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

уметь: анализировать во взаимосвязи экономические и социально-экономические показатели, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;

владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных.

ПК-7

знать: закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне; основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки как отечественной так и зарубежной;

уметь: проводить статистические обследования, опросы, анкетирование и

первичную обработку их результатов; представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи.

владеть: владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономических данных.

4. Содержание дисциплины

- Тема 1. Социально-экономическая сущность маркетинга. Эволюция развития маркетинга
- Тема 2. Функции, цели и задачи маркетинга
- Тема 3. Поведение потребителей
- Тема 4. Маркетинговая среда организации
- Тема 5. Маркетинговые исследования
- Тема 6. Комплекс маркетинга: товар
- Тема 7. Комплекс маркетинга: цена
- Тема 8. Комплекс маркетинга: распределение
- Тема 9. Комплекс маркетинга: продвижение
- Тема 10. Стратегии маркетинга
- Тема 11. Планирование, организация и контроль