

Аннотация к рабочей программе дисциплины
Маркетинг
(по учебному плану 2019г.)

по основной профессиональной образовательной программе по направлению
подготовки (специальности):

Экономика

Направленность (профиль) *Финансы и кредит*

Объём дисциплины: *2 з.е. (72 час.)*

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3),
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5),
- способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2),
- способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1),
- способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

Содержание дисциплины:

1. Сущность, содержание, цели и функции маркетинговой деятельности
2. Изучение и анализ маркетинговой среды, условий рынка и потребителей
3. Стратегический маркетинг
4. Цели, задачи и структура маркетинговых исследований
5. Товарная политика
6. Ценовая политика
7. Сбытовая (дистрибьюционная) политика
8. Коммуникационная политика. Реклама и стимулирование сбыта
9. Организация маркетинговой деятельности
10. Контроль маркетинговой деятельности
11. Международный маркетинг

Разработал: доцент кафедры ЭиУ Углинская В.В.



Согласовал: и.о. декана ТФ Сорокин А.В. 