

**Аннотация
рабочей программы дисциплины**

Б1.О.04.12. Маркетинг
(шифр и наименование дисциплины)

**38.03.01 направление подготовки Экономика, профиль «Бухгалтерский учет
и финансы»**

(шифр, наименование направления подготовки/специализации)

Кафедра экономики, финансов и финансового права
(полное наименование кафедр)

1.Цель и задачи дисциплины

Цели освоения дисциплины: изучение сущности и содержания маркетинга, получение студентами знаний в области основ и методов маркетинга как эффективной основы управленческой, хозяйственной и производственно-сбытовой деятельности применительно к практике организаций и предприятий, работающих в условиях рыночных отношений, как на внешнем, так и на создаваемом внутреннем рынке, а также овладение студентами практическими навыками маркетинга для использования в своей производственной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

- 1. Формирование у студентов системы теоретических представлений о маркетинге как о важнейшем инструменте бизнеса, его принципах и технологиях, месте и роли маркетинга в деятельности компании.
- 2. Представление теоретических основ маркетинга, в т.ч. современной маркетинговой концепции, системы информационного обеспечения маркетинга, принципов разработки стратегий и программ маркетинга, основ формирования товарной, сбытовой и коммуникационной политики фирмы, специфики маркетинговой деятельности на рынке строительства и недвижимости.
- 3. Создание прочных основ системы конкретных умений, позволяющих проводить маркетинговые исследования, осуществлять стратегическое планирование маркетинга, разрабатывать комплекс и план маркетинга организации, осуществлять сегментирование рынка и позиционирование товаров на выбранных целевых сегментах, проводить грамотную ценовую политику, осуществлять маркетинговые коммуникации и стимулировать сбыт.
- 4. Выработка у обучающихся навыков творческого использования теоретических знаний по дисциплине в приложении к различным ситуационным задачам.

- 5. Обучение студентов систематизации исходных данных и результатов, полученных в ходе расчета показателей для анализа маркетинговых проблем.
- 6. Формирование у студентов способности принимать решения в меняющейся рыночной ситуации и аргументировать их.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина Б1.О.04. 12 «Маркетинг» относится к обязательной части, входит в модуль «Общепрофессиональный», реализуется на втором курсе (4 семестр).

3. Общий объём дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 5 з. е. (180 час.)

4. Планируемые результаты обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Для компетенции **УК-1** - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Индикаторы достижения компетенций
ИУК 1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений, основные принципы критического анализа
ИУК 1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе экспериментальных действий
ИУК 1.3. Владеет: навыками исследования проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявление научных проблем и использования адекватных методов их решения; демонстрация оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций

Для компетенции **ОПК-3** - Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне;

Индикаторы достижения компетенций
ИОПК – 3.1. Знает: <ul style="list-style-type: none"> – основные события мировой и отечественной экономической истории – основные текущие процессы, происходящие в мировой и отечественной экономике
ИОПК 3.2. Умеет: <ul style="list-style-type: none"> – понимать движущие силы и закономерности исторического процесса; события и процессы экономической истории

ИОПК 3.3. Владеет:

- приемами анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявления тенденции изменения социально-экономических показателей
- приемами анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозирования возможного их развития в будущем с применением изучаемых теоретических моделей

5. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля:

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен (2 курс, 4 семестр),

6. Дополнительная информация

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

Лекции читаются с применением схем, таблиц, графиков, используется аудитории с презентационным оборудованием.

На практических занятиях используется практико-ориентированные технологии обучения, групповые дискуссии, кейс-технологии

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

Ситуационные задания, работа со Справочно-правовыми системами «Гарант», «Консультант Плюс», «Клерк», выполняется расчетно-графическая работа в 3 семестре