

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(«ВятГУ»)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_4-38.03.02.02_2016_55089

Аннотированная программа учебной дисциплины
Маркетинг

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр. бакалавр, магистр, специалист, преподаватель, преподаватель-исследователь
Направление подготовки	38.03.02 шифр
Направленность (профиль)	Менеджмент наименование 3-38.03.02.02 шифр
Формы обучения	Управление проектами наименование Заочная, Очная наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ) наименование

Сведения о разработчиках аннотированной программы учебной дисциплины

Маркетинг

наименование дисциплины

Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
Направленность (профиль)	3-38.03.02.02
Формы обучения	Заочная, Очная
	Менеджмент
	Управление проектами
	бакалавр, магистр, специалист, преподаватель, преподаватель-исследователь
	шифр
	наименование
	шифр
	наименование
	наименование

Разработчики РП

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна

степень, звание, ФИО

Тюфякова Екатерина Сергеевна

степень, звание, ФИО

Зав. кафедры ведущей дисциплину

Кандидат наук: экономические, Доцент, Фокина Ольга Васильевна

степень, звание, ФИО

РП соответствует требованиям ФГОС ВО

РП соответствует запросам и требованиям работодателей

Аннотированная программа учебной дисциплины: Маркетинг

Учебная дисциплина входит в учебный цикл	Б1
Обеспечивающие (предшествующие) учебные дисциплины и практики	Предшествующие учебные дисциплины и практики не предусмотрены основной образовательной программой
Обеспечиваемые (последующие) учебные дисциплины и практики	<p> Директ-маркетинг Исследование рынка Коммерческая деятельность Корпоративный имидж Лабораторный практикум по маркетингу Лабораторный практикум по предпринимательству Логистика Маркетинг в отраслях и сферах Маркетинг территорий Маркетинг товаров и услуг Маркетинговые исследования Маркетинговые коммуникации Маркетинговый анализ деятельности предприятия Международный маркетинг Налоги и налогообложение в предпринимательской деятельности Планирование на предприятии Преддипломная практика Проектное финансирование Развитие производственных систем Стратегический менеджмент Стратегическое планирование Управление маркетингом Управление маркетингом проекта Управление предпринимательской деятельностью Управление разработкой и внедрением нового продукта Управленческий консалтинг Учет и анализ </p>
Концепция учебной дисциплины	<p> Данный курс ориентирован на формирование компетенций, необходимых для применения эффективных методов маркетинга в деятельности организаций, а так же обеспечение приобретение знаний, умений и навыков в области организации маркетинга, знакомство с методологическими основами, принципами, функциями маркетинга, понятным аппаратом и прикладными навыками маркетинговой деятельности. </p>
Цель учебной дисциплины	<p> Овладение слушателями теоретико-методологическими основами и практическими навыками в области маркетинговой деятельности организации. Развитие способностей искать, анализировать, принимать взвешенные решения относительно рынков сбыта, продуктов, методов продвижения и ценообразования для успешного функционирования фирмы и </p>

	удовлетворения потребностей потребителей.
Задачи учебной дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование у студентов представление о теории и практике, ключевых разделах современного маркетинга, инструментах маркетингового комплекса. 2. Сформировать у студентов знания о процессе организации и управления маркетингом на предприятиях различных организационно-правовых форм. 3. Сформировать практические навыки использования маркетинговой концепции в управлении предприятием. 4. Сформировать системно-целостное видение социально-экономической сущности механизмов взаимодействия агентов рынка и маркетингового воздействия на них.
Содержание учебной дисциплины	<p>Модуль 1. Маркетинговый подход в деятельности предприятия</p> <p>Модуль 2. Товарная политика предприятия</p> <p>Модуль 3. Ценовая политика предприятия</p> <p>Модуль 4. Сбытовая политика предприятия</p> <p>Модуль 5. Политика продвижения</p> <p>Модуль 6. Маркетинговые исследования</p> <p>Модуль 7. Покупательское поведение потребителей</p> <p>Модуль 8. Методы маркетинга</p> <p>Модуль 9. Подготовка и сдача промежуточной аттестации</p>
Результаты освоения учебной дисциплины	Формируемые компетенции: ПК-5;