

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2017 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

Маркетинг			
Направление подготовки/специальность	38.03.01 Экономика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Экономика		
Специализация	Экономика предприятий и организаций		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	4		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		12
	Практические занятия		10
	Лабораторные занятия		
	ВСЕГО		22
Самостоятельная работа, ч			122
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)			курсовая работа
ИТОГО, ч			144

Вид промежуточной аттестации	Экз, диф.зачет	Обеспечивающее подразделение	ШИП
------------------------------	-------------------	------------------------------	-----

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 6. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Результаты освоения ООП	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
			Код	Наименование
УК(У)-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	P2 P3 P8 P10 P13	УК(У)-2.В4	Владеет способностью проводить экономический анализ и диагностику деятельности предприятия и его подразделений
			УК(У)-2.У4	Умеет проводить обработку экономических данных, связанных с профессиональной задачей
			УК(У)-2.33	Знает базовые инструментальные средства необходимые для обработки экономических данных
ОПК(У)-3	Способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	P6 P7 P8 P9 P10	ОПК(У)-3.В3	Владеет методами проектирования и реструктуризации основных бизнес-процессов организации. принципами разработки конкурентных стратегий компании
			ОПК(У)-3.У4	Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения
			ОПК(У)-3.32	Знает типовые методики построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на разных уровнях
ПК(У)-1	Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	P6 P7 P12 P13	ПК(У)-1.В2	Способен осуществлять сбор данных по заданной проблеме с учетом специфики деятельности хозяйствующих субъектов
			ПК(У)-1.У1	Умеет осуществлять поиск необходимой информации, проводить ее анализ и отбор для проведения расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
			ПК(У)-1.32	Знает методы сбора и обработки учетной, статистической и отчетной информации
ПК(У)-3	Способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	P6 P13 P14 P15	ПК(У)-3.В2	Владеет способами сбора аналитической информации и представления результатов работы в области профессиональной деятельности в соответствии с принятыми в организации стандартами
			ПК(У)-3.У1	Умеет выполнять расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
			ПК(У)-3.31	Знает особенности проведения расчетов для составления экономических разделов планов в разных экономических субъектах

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД-1	Определять задачи в области маркетинговой деятельности и решать их, исходя из поставленной цели	УК(У)-2

РД-2	Применять инструменты и методы рыночных исследований	ОПК(У)-3
РД-3	Осуществлять сбор и анализ исходных данных о потребителях и конкурентах	ПК(У)-1
РД-4	Выполнять расчеты в рамках анализа рынка	ПК(У)-3

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	16
Раздел 2. Предмет маркетингового анализа	РД-2	Лекции	
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	16
Раздел 3. Сегментирование и позиционирование	РД-3	Лекции	
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	16
Раздел 4. Товарная политика	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	16
Раздел 5. Политика ценообразования	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	16
Раздел 6. Политика распределения	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	16
Раздел 7. Политика продвижения	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	16
Раздел 8. Управление маркетингом	РД-4	Лекции	2
		Практические занятия	
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	10

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

1. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 5-е изд.. — Москва: Дашков и К, 2017. — 152 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93471> (дата обращения: 17.04.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Романов, А. А. Маркетинг: учебное пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. — Москва : Дашков и К, 2016. — 440 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93316> (дата обращения: 15.04.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 328 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93404> (дата обращения: 15.04.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. — 4-е, изд. — Москва : Дашков и К, 2016. — 280 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93311> (дата обращения: 15.04.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования: Практикум : учебное пособие / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — Москва : Дашков и К, 2016. — 216 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93362> (дата обращения: 15.04.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — Москва : Дашков и К, 2017. — 296 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93419> (дата обращения: 17.04.2017). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.2. Информационное и программное обеспечение

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Сабирова Д.Т. Маркетинг: электронный курс / Д.Т. Сабирова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Институт социально-гуманитарных технологий (ИСГТ), Кафедра инженерного предпринимательства (ИП). — Томск: TPU Moodle, 2015. — URL: <https://eor.lms.tpu.ru/course/view.php?id=210> (дата обращения 15.04.2017). — Режим доступа: по логину и паролю. — Текст: электронный.

2. Полнотекстовые и реферативные базы данных [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.lib.tpu.ru/html/full-text-db> (дата обращения 15.04.2017). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
2. Microsoft Office 2016 Standard Russian Academic;
3. Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
4. Document Foundation LibreOffice;
5. Google Chrome;
6. Mozilla Firefox ESR;
7. Zoom Zoom