

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2016 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

Маркетинг

Направление подготовки Образовательная программа (направленность (профиль)) Специализация Уровень образования Курс Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах) Виды учебной деятельности	38.03.01 Экономика		
	Экономика		
	Бухгалтерский учет, анализ и аудит		
	высшее образование - бакалавриат		
	2	семестр	4
	4		
	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		14
	Практические занятия		12
	ВСЕГО		26
Самостоятельная работа, ч			118
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией			Курсовая работа
ИТОГО, ч			144

Вид промежуточной аттестации	экзамен, дифференцированный зачёт	Обеспечивающее подразделение	ЮТИ
------------------------------	-----------------------------------	------------------------------	-----

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг» 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
ОПК(У)-2	Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	Р3	ОПК(У)-2. В2	Владеет современными технологиями маркетинговых исследований
			ОПК(У)-2. У2	Умеет осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения маркетинговых задач
			ОПК(У)-2. 32	Знает методы сбора, анализа и обработки данных для решения поставленных маркетинговых задач
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	Р2	ПК(У)-3.В1	Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ и планов
			ПК(У)-3.У1	Умеет формировать адекватные стратегии и планы маркетинговой деятельности
			ПК(У)-3.31	Знает методы маркетинговых исследований

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	знать расчетно-экономической деятельности связанной с подготовкой исходных данных, проведением экономических расчетов и разработкой экономических разделов планов предприятий и организаций	ОПК(У)-2 ПК(У)-3
РД2	освоить методы исследования внешней и внутренней среды предприятия – PEST и SWOT – анализ	ОПК(У)-2 ПК(У)-3
РД 3	знать методологию оценки конкурентоспособности товара и фирмы	ОПК(У)-2 ПК(У)-3

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
--------------------	-----------------------------------	---------------------------	-------------------

	дисциплине		
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга	РД1, РД2 РД3	Лекции	4
		Практические занятия	2
		Самостоятельная работа	30
Раздел 2. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга	РД1, РД2 РД3	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Самостоятельная работа	30
Раздел 3. Конкурентоспособность организации и ее сбытовая политика	РД1, РД2 РД3	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Самостоятельная работа	30
Раздел 4. Коммуникационная политика предприятия	РД1, РД2 РД3	Лекции	4
		Практические занятия	4
		Самостоятельная работа	28

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1. Учебно-методическое обеспечение

Основная литература

1. Рыжикова Тамара Николаевна, Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг Издательство: ИНФРА-М Год издания: 2020, 2018, 2017 Кол-во страниц: 225 Вид издания: Учебное пособие Уровень образования: ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=343621> (контент).

2. Новичков В. И., Виноградова Ирина Михайловна, Кошель И. С., Управленческая экономика. Теория организации. Организационное поведение. Маркетинг, Издательство: Дашков и К Год издания: 2017 Кол-во страниц: 132 Вид издания: Учебное пособие Уровень образования: ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=300663> (контент).

3. Дробышева Лариса Алексеевна, Экономика, маркетинг, менеджмент Издательство: Дашков и К Год издания: 2019 Кол-во страниц: 150 Вид издания: Учебное пособие Уровень образования: ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=358515> (контент).

4.2. Информационное и программное обеспечение

1. Сайт Росстат <http://www.gks.ru/>
2. Справочник для экономистов <http://www.catback.ru/>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы доступны по ссылке: <https://www.lib.tpu.ru/html/irs-and-pdb>.

Используемое лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

Libre Office, Windows, Chrome, Firefox ESR, PowerPoint, Acrobat Reader, Zoom.