

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2020г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ заочная

Маркетинг			
Направление подготовки/специальность	38.03.02 Менеджмент		
Образовательная программа	Производственный менеджмент		
Специализация	Производственный менеджмент		
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат		
Курс	2	семестр	4
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	4		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции		10
	Практические занятия		10
	Лабораторные занятия		
	ВСЕГО		20
Самостоятельная работа, ч		124	
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)		курсовая работа	
ИТОГО, ч		144	

Вид промежуточной аттестации	Экзамен, 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	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
ДПК (У)-2	Владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ДПК (У)-2.В5	Владеет умением организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами
		ДПК (У)-2.В6	Владеет навыками оценки и методами анализа предпочтений потребителя на рынке и формировании концепции продукта
		ДПК (У)-2.У5	Умеет использовать системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации
		ДПК (У)-2.У6	Умеет проводить маркетинговые исследования, сегментацию рынка, конъюнктурные наблюдения
		ДПК (У)-2.34	Знает методы организации связей с деловыми партнерами
		ДПК (У)-2.35	Знает основные концепции маркетинга, положения классического маркетинга, современного отечественного и зарубежного опыта по выработке маркетинговой стратегии

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к базовой части модуля общепрофессиональных дисциплин учебного плана образовательной программы.

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

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

4. 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	-
		Практические занятия	-
		Лабораторные занятия	-
		Самостоятельная работа	15
Раздел 2. Предмет маркетингового анализа	РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	2

		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	15
Раздел 3. Сегментирование и позиционирование	РД-3	Лекции	1
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	15
Раздел 4. Товарная политика	РД-1	Лекции	-
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	15
Раздел 5. Политика ценообразования	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	17
Раздел 6. Политика распределения	РД-1	Лекции	1
		Практические занятия	-
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	15
Раздел 7. Политика продвижения	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	-
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	15
Раздел 8. Управление маркетингом	РД-4	Лекции	2
		Практические занятия	2
		Лабораторные занятия	
		Самостоятельная работа	17

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: 25.05.2017). — 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: 25.05.2017). — 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: 25.05.2017). — 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: 25.05.2017). — 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: 25.05.2017). — 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: 25.05.2017). — 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. Полнотекстовые и реферативные базы данных [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.lib.tpu.ru/html/full-text-db> (дата обращения 16.05.2017). — Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ.

Информационно-справочные системы:

1. Информационно-справочная система КОДЕКС – <https://kodeks.ru/>
2. справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>

Профессиональные Базы данных:

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>

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

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

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic;
2. Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;