

АННОТАЦИЯ
Дисциплины
Б1.О.15 «МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»

Квалификация выпускника – бакалавр

Профили – «Бизнес-менеджмент», «Логистика», «Маркетинг в цифровой среде», «Управление человеческими ресурсами»

1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)».

2. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины является изучение основных инструментов маркетинга на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений деятельности предприятия.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

изучение методики анализа и оценки новых рыночных возможностей и развития новых направлений деятельности на основе использования инструментов маркетинга,

изучение теоретической части,

приобретение умений и овладение методами и методиками в части осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

Компетенция	Индикатор компетенции
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.1.1 Знает способы осуществления сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-2.2.1 Умеет осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ОПК-2.3.1 Имеет навыки сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1.1 Знает способы выявления и оценивания новых рыночных возможностей ОПК-4.2.1 Умеет выявлять и оценивать новые рыночные возможности ОПК-4.3.1 Владеет способами выявления и оценки новых рыночных возможностей.

4. Содержание и структура дисциплины

1. Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда фирмы.
2. Основные инструменты сбора, обработки и анализа маркетинговой информации
3. Методы и методики использования основных инструментов маркетинга
4. Выявление и оценка новых рыночных возможностей

5. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины – 5 зачетных единиц (180 час.), в том числе:

Для очной формы обучения

лекции – 32 часа.

практические занятия – 48 часов.

самостоятельная работа – 64 часа.

Для очно-заочной формы обучения
лекции – 32 часа.
практические занятия – 16 часов.
самостоятельная работа – 96 часов.
Форма контроля знаний – экзамен, КР.