

Аннотация программы

«Маркетинг»

Цель дисциплины: формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области современного маркетинга

Формирование следующих компетенций:

ПКП-2- Способность оценивать тенденции и закономерности развития внешней и внутренней экономической среды, ее влияние на результаты хозяйственной деятельности организации в текущей и долгосрочной перспективах.

ПКН-5 - Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации.

СК-2 - Способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию.

Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина «Маркетинг» является базовой дисциплиной профессионального цикла ООП ВПО бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент» (очная и заочная форма обучения). Для ее изучения необходимы знания, умения и компетенции, полученные студентом в процессе изучения дисциплин «Экономическая теория», «Экономика предприятия», «Основы управленческого учета», «Прогнозирование и планирование в экономике».

Краткое содержание:

Понятие, сущность и содержание маркетинга. Определение маркетинга. Предмет маркетинга и модель мышления. Цели и задачи маркетинга. Маркетинг как рыночная концепция управления производством и реализацией товаров. Сферы деятельности маркетинга. Концепции и виды маркетинга. Функции маркетинга. Маркетинговая среда: структура, объекты, их взаимодействие. Система рыночных стратегий, организация и деятельность маркетинговой службы, информация и информационные технологии в маркетинге, маркетинговые исследования. Система маркетинговых исследований, выбор целевых рынков. Товарная и ценовая политика. Товар как объект маркетингового воздействия. Сбытовая политика и продвижение товара. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности. Специфика международного маркетинга. Современные концепции международного маркетинга. Практика и особенности международного маркетинга.