Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 29.10.2024 12:16:28
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

рабочей программы учебной дисциплины "*Б1.В.ДВ.03.02 Практический маркетинг*"

направления подготовки бакалавров "*38.04.01 Экономика*"

профиль подготовки "*Экономика фирмы и отраслевых рынков*"

программа подготовки "*магистр*"

Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является изучение и анализ теоретических основ маркетинга студентами для подготовки к принятию квалифицированных решений в сфере маркетинга.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- знать концептуальные основы маркетинга как прогрессивной философии бизнеса, а также базовые понятия предмета и процесса маркетинга;

- иметь представление о применении практического маркетинга в области развития форм и методов маркетингового управления субъектами рыночной деятельности;

- владеть навыками принятия маркетинговых решений, связанных с организацией разработки и производства новой продукции, проведения маркетинговых исследований, выбором стратегии и тактики ценообразования, организацией продвижения и продаж производимых товаров и услуг.

Предметом дисциплины «Практический маркетинг» является маркетинговая деятельность, обеспечивающая принятие практических решений в области системы маркетинговых исследований.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Основные концепции маркетинга
Покупатели. Факторы, влияющие на поведение покупателей
Товар. Примеры анализа товаров и услуг
Цена и стратегии ценообразования. Маркетинговые коммуникации
Маркетинговые исследования
Управление маркетингом

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору и направлена на изучение научно-методических основ маркетинга, особенностей функционирования различных областей маркетинга.

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Экономика», «Математическое обеспечение финансовых решений» и др.

Дисциплина «Практический маркетинг» является предшествующей для следующих дисциплин: «Бизнес-планирование», «Экономика отраслевых рынков (продвинутый уровень)», «Логистика».

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:

ПКУВ-3: Способен осуществлять планирование и прогнозирование экономической деятельности организации
ПКУВ-3.1 Владеет навыками подготовки экономических обоснований для стратегических и оперативных планов развития организации

нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность организации; методы экономико-математического и статистического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; порядок разработки стратегических и тактических планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации; информационные технологии для осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации.	адаптировать автоматизированные системы сбора и обработки экономической информации для потребностей организации; составлять и анализировать финансово-экономическую отчетность организации; принимать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности организации.	навыками ведения учета экономических показателей результатов производственной деятельности организации и ее подразделений, а также учета заключенных договоров; сбора, обработки, анализа и систематизации информации, в том числе по статистическим обследованиям и опросам; разработки эконометрических и финансово-экономических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценки и интерпретации полученных результатов; навыками разработки системы финансово-экономических показателей организации; составления экономических разделов планов организации с учетом стратегического управления
ПКУВ-3: Способен осуществлять планирование и прогнозирование экономической деятельности организации		
ПКУВ-3.2 Использует методы и инструменты стратегического управления ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами		
методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; порядок разработки перспективных и годовых планов финансово-хозяйственной и производственной деятельности организации.	составлять бизнес-проекты, перспективные и годовые планы и отчеты о деятельности организации; применять методы формирования и использования баз данных организации; анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов; составлять прогноз основных финансово-экономических показателей деятельности организации; разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев финансово-экономической эффективности деятельности организации.	навыками поиска, анализа и оценки источников информации для проведения экономических расчетов; создания систем управления финансово-экономическими показателями и мониторинга финансово-экономических показателей организации с применением информационных технологий; разработки стратегий развития и функционирования организации и ее подразделений.
УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		
УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и ожидаемые результаты решения выделенных задач		
- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.
УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		
УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время		
- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач.

Дисциплина "Практический маркетинг" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 108 часа, 3 зачетные еденицы.

Вид промежуточной аттестации: Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 13.08.2024	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 14.08.2024	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2024	Пригода Людмила Владимировна