

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский
технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»**

Институт экономики, управления и социальных технологий
Кафедра Социологии, политологии и менеджмента

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе

«Маркетинг»

Индекс по учебному плану: **Б1.Б.26**

Направление подготовки: **38.03.02 Менеджмент**

Квалификация: **бакалавр**

Профиль подготовки: **Менеджмент в промышленности**

Вид(ы) профессиональной деятельности: **организационно-управленческая,
предпринимательская, информационно-аналитическая**

Казань 2019 г.

РАЗДЕЛ 1. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель изучения дисциплины (модуля)

Основной целью изучения дисциплины является заложить знания, определяющие профессионализм деятельности современного экономиста, а именно, у будущих бакалавров сформировать представления о маркетинге, об организации маркетингового процесса и об управлении службой маркетинга.

1.2 Задачи дисциплины (модуля)

Задачи освоения дисциплины(модуля) «Маркетинг»:

- изучить общие закономерности развития маркетинга;
- обучить маркетинговому способу мышления в условиях рыночной неопределенности, характеризующейся при этом высокой степенью конкурентной борьбы за рынки сбыта;
- обучить маркетинговому способу управления в условиях рыночной неопределенности организации, характеризующейся при этом высокой степенью конкурентной борьбы за рынки сбыта;
- рассмотреть основные методы управления маркетингом службы маркетинга;
- рассмотреть методы планирования и организации маркетинга и службы маркетинга;
- провести практические занятия с целью усвоения маркетинга как способа управления организациями в условиях динамичного рынка.

1.3 Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг» входит в Блок Б 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части программы, читается в пятом семестре на третьем курсе по профилю «Менеджмент в промышленности».

1.4 Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины

ОПК-1 владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

ПК-3: владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности

РАЗДЕЛ 2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ УСВОЕНИЯ

2.1 Структура дисциплины (модуля), ее трудоемкость

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы или 144 часа.

Таблица 1

Распределение фонда времени по видам занятий

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах/интерактивные часы)				Коды составляющих компетенций	Формы и вид контроля освоения составляющих компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
<i>Раздел 1. Основные понятия и категории маркетинга</i>							<i>ФОС ТК-1 Тестирование</i>
Тема 1.1 Введение в курс маркетинга.	12	-	-	-	12	<i>ОПК 13</i>	Собеседование
Тема 1.2. Анализ рыночных возможностей фирмы. Понятие маркетинговая среда	12	-	-	-	12	<i>ОПК 1У</i>	Собеседование
Тема 1.3. Маркетинговые исследования.	14	1	-	1	12	<i>ПК 3У ОПК-1У</i>	Собеседование
Тема 1.4. Исследование товарных рынков; целевой маркетинг (сегментирование и позиционирование)	14	1	-	1	12	<i>ПК 3У ОПК-1У</i>	Собеседование
<i>Раздел 2. Инструменты управления маркетингом</i>							<i>ФОС ТК-2 Тестирование</i>
Тема 2.1 Рынки потребителей товаров и услуг. Анализ поведения потребителей.	13	-	-	1	12	<i>ПК 33 ОПК-13</i>	Собеседование
Тема 2.2 Комплекс маркетинга: товар и товарная политика. Ценообразование. Товародвижение. ФОССТИС.	13	-	-	1	12	<i>ПК 33 ОПК-13 ПК 3В ОПК-1В</i>	Собеседование
Тема 2.3 Организация	14	1	-	1	12	<i>ПК 33</i>	Собеседование

маркетинга. Управления маркетингом.						<i>ОПК-13 ПК 3У ОПК-1У</i>	
<i>Раздел 3. Стратегия маркетинговой среды</i>							<i>ФОС ТК-3 Тестирование</i>
Тема 3.1 Маркетинговая среда	16	1	-	1	14	<i>ПК 33 ОПК-13</i>	Собеседование
Тема 3.2 Основные факторы микросреды функционирования предприятия.	16	1	-	1	14	<i>ПК 33 ПК 3В ОПК-1В</i>	Собеседование
Тема 3.3 Основные факторы макросреды функционирования товаропроизводителя	16	1	-	1	14	<i>ПК 3У ОПК-1У</i>	Собеседование
Зачет	4				4	<i>ПК 33 ПК 3У ПК 3В ОПК-13 ОПК-1У ОПК-1В</i>	<i>ФОС ПА Тестирование Собеседование</i>
ИТОГО:	144	6		8	130		

РАЗДЕЛ 3 ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

3.1.1 Основная литература

1. С.Божук, Л.Ковалик, Т.Маслова, Н.Розова, Т.Тэор «Маркетинг»-Учебник для вузов– СПб., «Питер», 2012–448с.

2. И.М.Синяева. «Маркетинг PR и реклама» Учебник для вузов – «ЮНИТИ», 2012 – 496с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872836>

3. Маркетинг: Учебник/ А.М.Годин.-9-е изд.,перераб. и доп.-М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012.-656с.

3.1.2 Дополнительная литература

4. Маркетинг: Учебник / Под ред. В.П. Третьяка. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-9776-0238-9 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=319701>

5. Басовский Л. Е. Басовская Е. Н. «Маркетинг» Учебное пособие. «ИНФРА М» 2010-421с.

6. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие/ Т.С. Бронникова. - 3-е изд.перераб.- М.:КНОРУС, 2012.-208с

7. Маркетинг: учебник/ М.Н.Григорьев.-3-е изд.,перераб. и доп.- М.:Издательство Юрайт, 2011.-448с.

3.2 Информационное обеспечение дисциплины (модуля)

3.2.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Экономика, Социология, Менеджмент: база данных федерального образовательного портала ЭСМ – Электрон. дан. – М., [2017]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>

2. Электронный каталог экономических и финансовых публикаций: база данных содержит сведения об экономической тематике — Электрон. дан. — М., [2017]. — Режим доступа: <http://www.finansy.ru/>

3.2.2 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Microsoft Windows.
2. Microsoft Office.

3.3 Кадровое обеспечение

3.3.1 Базовое образование

Высшее образование в предметной области экономики и управления и /или наличие ученой степени и/или ученого звания в указанной области и /или наличие дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки в области экономики и управления и /или наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.

3.3.2 Профессионально-предметная квалификация преподавателей

Наличие научных и/или методических работ по организации или методическому обеспечению образовательной деятельности по направлению «Менеджмент», выполненных в течение трех последних лет.

3.3.3 Педагогическая (учебно-методическая) квалификация преподавателей

К ведению дисциплины допускаются кадры, имеющие стаж научно-педагогической работы (не менее 1 года); практический опыт работы в области экономики и управления на должностях руководителей или ведущих специалистов более 3 последних лет.

Обязательное прохождение повышения квалификации (стажировки) не реже чем один раз в три года соответствующее области экономики и управления, либо в области педагогики.