

**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 Экономической теории и управления ресурсами**

**АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе

дисциплины

**«Маркетинг»**

Индекс по учебному плану: **Б1.Б.21**

Направление подготовки: **38.03.01. «Экономика»**

Квалификация: **бакалавр**

Профиль подготовки: **Экономика и организация предприятий  
машиностроения**

Виды профессиональной деятельности: **расчётно- экономическая,  
организационно- управленческая**

Разработчик:

к.э.н., доцент **Э.И.Басырова**

Казань, 2018 г.

## **РАЗДЕЛ 1. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.**

### **1. Цель и задачи учебной дисциплины**

Целью изучения дисциплины является формирование у бакалавров экономики системы знаний о маркетинге как философии бизнеса, способе управления деятельностью субъектов рынка.

### **1.2 Задачи дисциплины**

- получить знания о сущности маркетинга, его задачах и принципах;
- познать методы и инструменты изучения рынка;
- уметь использовать основные методы обработки и анализа данных;
- уметь осуществлять сбор, анализ и обработку информации для проведения экономических расчетов;
- уметь принимать обоснованные управленческие решения для решения профессиональных задач.

### **1.3 Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной базовой части блока Б1 дисциплин федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.03.01 Экономика (квалификация - «бакалавр»).

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

**ОПК-2** - способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач.

## **РАЗДЕЛ 2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ**

### **2.1 Структура дисциплины и ее трудоемкость**

Таблица 1

## Распределение фонда времени по видам занятий заочной формы обучения

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах/интерактивные часы)				Коды составляющих компетенций	Формы и виды контроля освоения составляющих компетенций (из фонда оценочных средств)
		лекции	лаб. раб.	пр.зан.	сам. раб.		
<i>Раздел 1. Аналитические аспекты маркетинга</i>							<i>ФОС ТК-1</i>
Тема 1.1 Основные понятия маркетинга	6	1	-	-	5	ОПК-2 з	Устный опрос, Творческие задания
Тема 1.2 Предприятие как субъект маркетинговой деятельности	12	-	-	-	12	ОПК-2 з	Устный опрос
Тема 1.3 Маркетинговые исследования	14	1	-	2/2	11	ОПК-2 у	Решение задач
Тема 1.4 Анализ потребительского рынка.	15	2	-	2	11	ОПК-2 у	Тестирование
<i>Раздел 2. Практические аспекты маркетинга</i>							<i>ФОС ТК-2</i>
Тема 2.1 Проблемы конкуренции. Процесс сегментирования рынка	15	2	-	2/1	11	ОПК-2 з	Устный опрос, Творческие задания
Тема 2.2 Товарная политика. Вопросы ценообразования	15	2	-	1/1	12	ОПК-2 в	Устный опрос
Тема 2.3 Управление каналами распределения	14	1	-	2	11	ОПК-2 в	Решение задач
Тема 2.4 Маркетинговые коммуникации.	13	1	-	1	11	ОПК-2 в	Тестирование, доклады с презентациями
Экзамен	4				4		<i>ФОС ПА, устный опрос по билету</i>
ИТОГО:	108	10	-	10/4	84	ОПК-2	

## **РАЗДЕЛ 3 ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **3.1 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

#### **3.1.1. Основная литература:**

1. Герасименко В. В. Маркетинг: Учебник / Под ред. Герасименко В.В., - 3-е изд. - М.: Проспект, 2016. - 512 с. доступ: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=672940>
2. Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие / Басовский Л.Е., Басовская Е.Н., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 300 с. доступ: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=544241>

#### **3.1.2. Дополнительная литература**

3. Соловьев Б. А. Маркетинг: Учебник / Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с. доступ: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=608883>
4. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие / П.С. Завьялов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с. доступ: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=434699>

### **3.2. Информационное обеспечение дисциплины**

#### **3.2.1. Основное информационное обеспечение**

В качестве электронных источников информации рекомендуется использовать следующие сетевые ресурсы:

1. <http://e-library.kai.ru> Электронная библиотека КНИТУ-КАИ (полнотексты изданий университета)
2. <http://www.elibrary.ru> Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
3. [www.edu.ru/](http://www.edu.ru/) (Российское образование, федеральный портал)
4. <http://www.e.lanbook.com> (ЭБС Издательство «Лань»)
5. <http://znanium.com> (ЭБС ZNANIUM.COM)
6. <https://ibooks.ru> (ЭБС IBOOKS.COM)
7. Басырова Э.И. Маркетинг [Электронный ресурс]: курс дистанц. обучения направление подготовки бакалавров 38.03.01 "Экономика" / КНИТУ-КАИ, Казань, 2017. – Доступ по логину и паролю. URL: [https://bb.kai.ru:8443/webapps/portal/execute/tabs/tabAction?tab\\_tab\\_group\\_id=\\_1\\_1](https://bb.kai.ru:8443/webapps/portal/execute/tabs/tabAction?tab_tab_group_id=_1_1)

### **3.2.2 Дополнительное справочное обеспечение**

1. Перцовский Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Перцовский Н.И. - М.: Дашков и К, 2016. - 140 с. доступ: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937402>
2. Информационный ресурс Сети КонсультантПлюс (Система
3. КонсультантПлюс) <http://www.consultant.ru/>
4. [www.bibliocmlectator.ru](http://www.bibliocmlectator.ru) – ЭБС «Библиокомплектатор»
5. <http://нэб.рф> – Национальная электронная библиотека
6. [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru) – многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента»
7. [www.window.edu.ru](http://www.window.edu.ru) – Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
8. Российское образование, федеральный портал [www.edu.ru](http://www.edu.ru)
9. Единое окно доступа к информационным ресурсам <http://window.edu.ru/catalog>

## **3.3 Кадровое обеспечение**

### **3.3. Кадровое обеспечение дисциплины**

#### **3.3.1. Базовое образование**

К ведению дисциплины допускаются научно-педагогические кадры, имеющие базовое образование в области экономики и /или наличие ученой степени и/или ученого звания в указанной области и /или наличие дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки в области экономики и /или наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины соответствующее направлению «Экономика» и систематически занимающиеся научной и (или) научно-методической деятельностью.

#### **3.3.2 Профессионально-предметная квалификация преподавателей**

Наличие научных и/или методических работ по организации или методическому обеспечению образовательной деятельности по экономическим дисциплинам, выполненных в течение трех последних лет.

#### **3.3.3 Педагогическая (учебно-методическая) квалификация преподавателей**

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

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