

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

Институт (факультет) Институт автоматизации и электронного приборостроения
Кафедра Стандартизации, сертификации и технологического менеджмента

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе

Per. N 3040 - 457a) СМ(8)

«Основы маркетинга»

Индекс по учебному плану: **Б1.В.ДВ01.01**

Направление подготовки: **27.03.01 «Стандартизация и метрология»**

Квалификация: **бакалавр**

Профиль подготовки: **Стандартизация и сертификация**

Вид(ы) профессиональной деятельности: **научно-исследовательская,**
производственно-технологическая

Разработчик: доцент кафедры ССТМ к.э.н. А.Т.Козлова

Казань 2017 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

1.1.1 Цель преподавания учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы маркетинга» является раскрыть сущность маркетинга в деятельности фирмы и привить будущим специалистам знания, умения и навыки в области методологии маркетинга и использования ее в практической деятельности.

1.1.2 Задачи учебной дисциплины

Основными задачами дисциплины являются формирование знаний, умений и навыков по следующим направлениям деятельности:

- теория и практики реализации концепции маркетинга на фирме;
- инструментов маркетинга;
- разработки и реализации стратегии маркетинга.

1.1.3 Место дисциплины в структуре ОП ВО.

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Основы маркетинга» относится к вариативной части цикла дисциплин учебного плана направления подготовки 27.03.01 «Стандартизация и метрология».

Знания, полученные при изучении данной дисциплины, используются при изучении специальных дисциплин, а также в процессе выполнения курсовых работ (проектов) выпускной квалификационной работы.

1.2 Квалификационные требования к содержанию и уровню освоения дисциплины

Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины: ПК-7.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ

Таблица 1. Распределение фонда времени по видам занятий

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах/интерактивные часы)				Коды составляющих компетенций	Формы и вид контроля освоения составляющих компетенций (из фонда оценочных средств)
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
<i>Раздел 1 Сущность, принципы, функции и среда маркетинга</i>						<i>ФОС ТК-1</i>	
Тема 1.1 Основные термины и понятия.	6	1		1	4	ПК-7З	Текущий контроль.
Тема 1.2 Определение маркетинга.	6	1		1	4	ПК-7З	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 1.3 Влияние маркетинга на субъекты рынка	6	1		1	4	ПК-7У	Тестирование
Тема 1.4 Принципы и функции маркетинга.	6	1		1	4	ПК-7З	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 1.5 Концепции управления.	6	1		1	4	ПК-7З	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 1.6 Окружающая среда маркетинга.	6	1		1	4	ПК-7З	Текущий контроль
Тема 1.7 Потребители и потребности.	6	1		1	4	ПК-7У	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 1.8 Рынок как объект маркетинга.	6	1		1	4	ПК-7З	Тестирование
<i>Раздел 2 Маркетинговые исследования, методы продвижения.</i>						<i>ФОС ТК-2</i>	
Тема 2.1 Технология управления маркетингом.	8	2		2	4	ПК-7З	Текущий Контроль.
Тема 2.2 Определение и классификация товара.	6	1		1	4	ПК-7У	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 2.3 Цена в маркетинге.	6	1		1	4	ПК-7У ПК-7В	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 2.4. Система распределения.	6	1		1	4	ПК-7У ПК-7В	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 2.5 Выбор средств про-	6	1		1	4	ПК-7У	Тестирование

движения товара.						ПК-7В	
Тема 2.6 Реклама.	6	1		1	4	ПК-7У	Текущий контроль
Тема 2.7 Пабликрилейшенз (PR).	6	1		1	4	ПК-7В	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 2.8 Личная продажа.	8	1		1	6	ПК-7У	Отчеты о выполнении практических работ
Тема 2.9 Методы стимулирования.	8	1		1	6	ПК-7У ПК-7В	Отчеты о выполнении практических работ
Зачет							<i>ФОС ПА</i>
ИТОГО:	108	18/0		18/0	72		

Оценка уровня освоения заданных компетенций проводится на основе Фонда Оценочных средств промежуточной аттестации: ФОС ПА.

РАЗДЕЛ 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Основная литература

1 Резникова, Н.П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций. [Электронный ресурс] / Н.П. Резникова, Е.Г. Кухаренко. — Электрон. дан. — М.: Горячая линия-Телеком, 2013. — 152 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/63242/>

2 Усанов, А.И. Реклама в коммуникационном процессе. Электронный курс : учебно-метод. пособие / А. И. Усанов ; Мин-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО КНИТУ-КАИ им. А.Н. Туполева. - Казань: Изд-во КГТУ им. А.Н. Туполева, 2012. - 34 с. — Режим доступа: <http://e-library.kai.ru/reader/hu/flipping/Resource-468/809952.pdf/index.html>

3 Шиловский, В.Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования. [Электронный ресурс] / В.Н. Шиловский, А.В. Питухин, В.М. Костюкевич. — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2015. — 272 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/56614>

3.2 Информационное обеспечение

1. 1 Козлова А.Т. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: курс дистанц. обучения по направлению 27.03.01 «Стандартизация и метрология» ФГОС ВО 3 (3фак.-ССТМ)/ КНИТУ-КАИ, Казань, 2015. – Доступ по логину и паролю URL:

2. https://bb.kai.ru:8443/webapps/blackboard/execute/content/blankPage?cmd=view&content_id=246339_1&course_id=13390_1

3. www.cfin.ru — вопросы менеджмента и маркетинга

4. www.expert.ru — сайт журнала «Эксперт»
5. www.gazeta.ru — сайт издания «Газета»
6. www.raexpert.ru — сайт рейтингового агентства «Эксперт»
7. www.dis.ru — сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»

3.3 Кадровое обеспечение

Требования к образованию:

- высшее образование в области управления качеством, экономики, наличие ученой степени и/или ученого звания в указанной области; наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.