

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 14.11.2023 17:22:16

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

## Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

# Маркетинг

Закреплена за подразделением

Кафедра промышленного менеджмента

Направление подготовки

38.03.01 ЭКОНОМИКА

Профиль

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 216

в том числе:

аудиторные занятия 68

самостоятельная работа 94

часов на контроль 54

Формы контроля в семестрах:

экзамен 5

курсовая работа 5

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	18			
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	34	34	34	34
Итого ауд.	68	68	68	68
Контактная работа	68	68	68	68
Сам. работа	94	94	94	94
Часы на контроль	54	54	54	54
Итого	216	216	216	216

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ**

1.1	Целью изучения курса является приобретение знаний по основам маркетинга и получение практических навыков по применению маркетингового подхода по решению задач в управлении предприятием, включая маркетинговые исследования и методологию освоения маркетингового планирования. Поможет в формировании у будущих бакалавров теоретических знаний и практических навыков необходимых при оценке и прогнозировании возможностей рынка и принятия решений по управлению предприятием на стратегическом и тактическом уровнях.
-----	---

**2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.13
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Основы производственного менеджмента и бережливое производство	
2.1.2	Экономическая оценка инвестиций	
2.1.3	Менеджмент	
2.1.4	Основы предпринимательства	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Научно-исследовательская работа	
2.2.2	Научно-исследовательская работа	
2.2.3	Оценка финансовых рисков	
2.2.4	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.5	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.6	Стратегический и управленческий учет	
2.2.7	Стратегическое мышление	
2.2.8	Тренинг "Публичное выступление"	
2.2.9	Управленческий учет	
2.2.10	Эконометрика	
2.2.11	Экономическое прогнозирование: эконометрика	
2.2.12	Анализ информации в поведенческой экономике	
2.2.13	Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях	
2.2.14	Бухгалтерский учет производственной деятельности и финансовых результатов	
2.2.15	Информационные технологии в процессах индустриального стратегирования	
2.2.16	Мировая экономика и международные экономические отношения	
2.2.17	Основы стратегирования региональной экономики	
2.2.18	Оценка стоимости бизнеса	
2.2.19	Практический аудит: оценка рисков бизнес-процессов	
2.2.20	Стратегическое проектное финансирование	
2.2.21	Теория и практика стратегирования	
2.2.22	Технология цветных металлов	
2.2.23	Финансовая стратегия, планирование и бюджетирование	
2.2.24	Валютный рынок и валютный контроль	
2.2.25	Инновационный потенциал организации	
2.2.26	Международные стандарты финансовой отчетности	
2.2.27	Налоговый учет	
2.2.28	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.29	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.30	Портфельные инвестиции и модели оценки финансовых активов	
2.2.31	Проектная деятельность организации	
2.2.32	Современные платежные инструменты и технологии	
2.2.33	Стратегическая оценка экономической эффективности инвестиционных проектов	
2.2.34	Стратегические тенденции развития российской экономики	
2.2.35	Стратегическое управление международным бизнесом и маркетингом	
2.2.36	Стратегическое управление проектами	
2.2.37	Управление рисками	

2.2.38	Управление финансовым оздоровлением и реструктуризацией организации
--------	---

<b>3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ</b>	
<b>ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности, применять знание экономических, организационных и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками и изменениями</b>	
<b>Знать:</b>	
ОПК-4-38 Понятие товара и товарного ассортимента, жизненный цикл товара, основные аспекты товарной политики	
ОПК-4-37 Основы бюджетирования маркетинговой программы	
<b>ПК-1: Способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов финансово-экономических показателей организации и проектирования экономической, производственной и коммерческой деятельности организации</b>	
<b>Знать:</b>	
ПК-1-32 Состав и порядок разработки программ маркетинговых исследований и плана маркетинга	
ПК-1-31 Принципы изучения рынка и внешнего маркетингового окружения предприятия	
ПК-1-33 Принципы сегментирования рынка и оценки покупательского поведения	
<b>ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности, применять знание экономических, организационных и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками и изменениями</b>	
<b>Знать:</b>	
ОПК-4-36 Основы маркетинговых коммуникаций	
ОПК-4-33 Отличительные особенности потребительского и промышленного маркетинга	
ОПК-4-32 Понятие конкуренции и конкурентоспособности предприятия и продукции	
ОПК-4-31 Основные понятия и категории в области маркетинга, механизм взаимосвязи этих категорий в условиях рынка	
ОПК-4-35 Методы распространения и продвижения товаров на рынке	
ОПК-4-34 Основы ценообразования и совершенствования товара	
<b>ПК-1: Способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов финансово-экономических показателей организации и проектирования экономической, производственной и коммерческой деятельности организации</b>	
<b>Уметь:</b>	
ПК-1-У3 Провести целевое сегментирование рынка для конкретных видов товаров (или услуг) и предприятий	
ПК-1-У2 Проводить анализ конъюнктуры рынка, внешней и внутренней маркетинговой среды предприятия	
ПК-1-У1 Проводить информационный обзор источников первичной и вторичной информации	
<b>ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности, применять знание экономических, организационных и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками и изменениями</b>	
<b>Уметь:</b>	
ОПК-4-У1 Сформулировать маркетинговые задачи и применить системный подход к их решению	
ОПК-4-У3 Применять средства и методы маркетинга в области распределения и продвижения товаров (или услуг)	
ОПК-4-У4 Применять средства и методы маркетинга в области товарной политики предприятия	
ОПК-4-У2 Применять средства и методы маркетинга в области ценообразования товаров (или услуг)	
<b>ПК-1: Способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов финансово-экономических показателей организации и проектирования экономической, производственной и коммерческой деятельности организации</b>	
<b>Владеть:</b>	

ПК-1-В2 Методическими подходами анализа конъюнктуры рынка
ПК-1-В1 Навыками сбора и обработки исходной маркетинговой информации
<b>ОПК-4: Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности, применять знание экономических, организационных и управленческих вопросов, таких как: управление проектами, рисками и изменениями</b>
<b>Владеть:</b>
ОПК-4-В3 Навыками построения системы ценообразования товаров (или услуг)
ОПК-4-В2 Экономическими методами анализа поведения потребителей
ОПК-4-В1 Инструментарием маркетингового планирования
ОПК-4-В6 Навыками построения оптимальной структуры ассортимента и групп товаров на предприятии
ОПК-4-В5 Навыками составления бюджета маркетинга экономического проекта
ОПК-4-В4 Навыками построения системы распределения и продвижения товаров (или услуг)