

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 01.08.2023 11:21:12

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

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Часов по учебному плану

108

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет 5

аудиторные занятия

51

самостоятельная работа

57

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	УП	РП		
Неделя	17 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	34	34	34	34
Практические	17	17	17	17
Итого ауд.	51	51	51	51
Контактная работа	51	51	51	51
Сам. работа	57	57	57	57
Итого	108	108	108	108

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.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Математика	
2.1.2	Теория отраслевых рынков	
2.1.3	Экономическая оценка инвестиций	
2.1.4	Экономика фирмы	
2.1.5	Менеджмент	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности организации	
2.2.2	Корпоративное управление	
2.2.3	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.4	Анализ и прогнозирование денежных потоков	
2.2.5	Мировая экономика и международные экономические отношения	
2.2.6	Налоги и налогообложение	
2.2.7	Стратегический маркетинг	
2.2.8	Транспортное обеспечение коммерческой деятельности	
2.2.9	Управление инновациями	
2.2.10	Управление проектами	
2.2.11	Финансовый менеджмент	
2.2.12	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.13	Предпринимательские риски	
2.2.14	Управление финансовыми рисками	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-4: Способен разрабатывать с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятия по модернизации систем управления производством в целях реализации стратегии организации, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции	
Знать:	
ПК-4-34	Основы ценообразования и совершенствования товара
ПК-4-35	Методы распространения и продвижения товаров на рынке
ПК-4-32	Принципы сегментирования рынка и оценки покупательского поведения
ПК-4-33	Понятие товара и товарного ассортимента, жизненный цикл товара, основные аспекты товарной политики
ПК-4-31	Принципы изучения рынка и внешнего маркетингового окружения предприятия
ОПК-1: Способен применять в профессиональной деятельности знания фундаментальных наук, лежащие в основе соответствующего профиля подготовки, решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	
Знать:	
ОПК-1-32	Отличительные особенности потребительского и промышленного маркетинга
ОПК-1-31	Основные понятия и категории в области маркетинга, механизм взаимосвязи этих категорий в условиях рынка
ОПК-1-34	Основы маркетинговых коммуникаций и бюджетирования маркетинговой программы

ОПК-1-33 Состав и порядок разработки программ маркетинговых исследований и плана маркетинга
ПК-4: Способен разрабатывать с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятия по модернизации систем управления производством в целях реализации стратегии организации, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции
Уметь:
ПК-4-У1 Проводить анализ конъюнктуры рынка, внешней и внутренней маркетинговой среды предприятия
ПК-4-У3 Применять средства и методы маркетинга в области распределения и продвижения товаров (или услуг)
ОПК-1: Способен применять в профессиональной деятельности знания фундаментальных наук, лежащие в основе соответствующего профиля подготовки, решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Уметь:
ОПК-1-У2 Применять средства и методы маркетинга в области товарной политики предприятия
ОПК-1-У1 Проводить информационный обзор источников первичной и вторичной информации
ОПК-1-У3 Применять средства и методы маркетинга в области ценообразования товаров (или услуг)
ПК-4: Способен разрабатывать с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятия по модернизации систем управления производством в целях реализации стратегии организации, обеспечения эффективности производства и повышения качества выпускаемой продукции
Уметь:
ПК-4-У2 Провести целевое сегментирование рынка для конкретных видов товаров (или услуг) и предприятий
Владеть:
ПК-4-В2 Инструментарием маркетингового планирования
ПК-4-В4 Навыками построения оптимальной структуры ассортимента и групп товаров на предприятии
ПК-4-В1 Методическими подходами анализа конъюнктуры рынка
ОПК-1: Способен применять в профессиональной деятельности знания фундаментальных наук, лежащие в основе соответствующего профиля подготовки, решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
Владеть:
ОПК-1-В2 Навыками построения системы ценообразования товаров (или услуг)
ОПК-1-В1 Навыками сбора и обработки исходной маркетинговой информации
ОПК-1-В4 Навыками составления бюджета маркетинга экономического проекта
ОПК-1-В3 Навыками построения системы распределения и продвижения товаров (или услуг)