

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг»

Дисциплина «Маркетинг» является частью программы бакалавриата «Экономика (общий профиль, СУОС)» по направлению «38.03.01 Экономика».

Цели и задачи дисциплины

Формирование знаний по маркетингу как концепции управления организацией в рыночной среде, умений решения задач маркетинга и навыков анализа и интерпретации маркетинговой информации.

Изучаемые объекты дисциплины

термины и определения маркетинга; концепция маркетинга; методы маркетингового исследования и анализа; комплекс маркетинга.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	14	14	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	180	180	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
4-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Комплекс маркетинга	8	0	18	54
Тема 5. Товар Тема 6. Цена Тема 7. Продвижение Тема 8. Распределение				
Социально-экономические основы маркетинга	6	0	18	36
Тема 1. Основные понятия и определения Тема 2. Концепция маркетинга Тема 3. Маркетинговое исследование Тема 4. Сегментация и позиционирование				
ИТОГО по 4-му семестру	14	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	90