



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

Гуманитарный факультет
кафедра «Менеджмент и маркетинг»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
Федерун, проф.

Н. В. Лобов
2015 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основная образовательная программа подготовки бакалавров
Направление *38.03.01. (080100.62) - Экономика*

Профили подготовки бакалавра

Организация предпринимательской деятельности
Финансы промышленных предприятий
Экономика и управление на предприятиях в отрасли
машиностроения
Экономика бережливого производства
Экономика и управление на предприятии нефтяной и
газовой промышленности
Стоимостный инжиниринг и сметное нормирование в
строительстве
Экономика и управление на предприятиях строитель-
ной отрасли

Квалификация (степень) выпускника:

бакалавр

Выпускающие кафедры:

Экономика и финансы
Экономика и управление промышленным производством

Форма обучения:

очная

Курс: 2,3

Семестр(ы): 4,5

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 5 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 180 ч

Виды контроля:

Экзамен: - 4

Пермь 2015 г.

Учебно-методический комплекс дисциплины «Маркетинг» разработан на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «21» декабря 2009 г. номер приказа «747» по направлению подготовки 080100.62 «Экономика»;

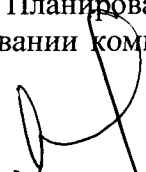
- компетентностных моделей выпускников ООП по направлению 080100.62 «Экономика» и профилям подготовки: «Организация предпринимательской деятельности», «Финансы промышленных предприятий», «Экономика и управление на предприятиях в отрасли машиностроения», «Экономика бережливого производства», «Экономика и управление на предприятии нефтяной и газовой промышленности», «Стоимостный инжиниринг и сметное нормирование в строительстве», «Экономика и управление на предприятиях строительной отрасли», утверждённых «24» июня 2013 г.;

- базовых учебных планов очной формы обучения по направлению 080100.62 «Экономика» и профилям подготовки: «Организация предпринимательской деятельности», «Финансы промышленных предприятий», «Экономика и управление на предприятиях в отрасли машиностроения», «Экономика бережливого производства», «Экономика и управление на предприятии нефтяной и газовой промышленности», «Стоимостный инжиниринг и сметное нормирование в строительстве», «Экономика и управление на предприятиях строительной отрасли», утверждённых «29» августа 2011 г.;

Рабочая программа согласована с рабочими программами дисциплин: Философия; Иностранный язык; Деловой профессиональный иностранный язык; Математический анализ; Информационные технологии в экономике; Информатика; Планирование на предприятии; Логистика; Управленческий учет; участвующих в формировании компетенций совместно с данной дисциплиной.

Разработчик
канд. экон. наук, доц.

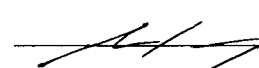
Рецензент
д-р техн. наук, проф.


Д.А. Марков


В.Л. Попов

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмент и маркетинг «09» сентября 2015 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой,
ведущей дисциплину
д-р экон. наук, проф.


А.В. Молодчик

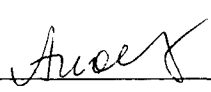
Рабочая программа одобрена учебно-методической комиссией Гуманитарного факультета «14» сентября 2015 г., протокол № 2.

Председатель учебно-методической комиссии
Гуманитарного факультета
д-р социол. наук, проф.


В.Н. Стегний

СОГЛАСОВАНО

Заведующий выпускающей кафедрой Экономика
и управление промышленным производством
д-р экон. наук, проф.


Е.Л. Аношкина

Заведующий кафедрой Экономика и финансы
д-р экон. наук, проф.


И.В. Елохова

Начальник управления образовательных
программ, канд. техн. наук, доц.


Д. С. Репецкий

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1 Общие положения

1.1 Цель дисциплины – формирование знаний по маркетингу как концепции управления организацией в рыночной среде, а также умений и навыков использования маркетинговых подходов, методов и решений в управлении организацией.

1.2 Задачи дисциплины:

- **изучение** основных положений и методов маркетинга при решении профессиональных задач;
- **формирование умений** маркетингового анализа в профессиональной деятельности;
- **формирование навыков** применения инструментов маркетинга при решении задач профессиональной деятельности.

1.3 Предметом освоения дисциплины являются следующие объекты:

- потребности;
- концепция маркетинга;
- потребители товаров и услуг;
- методика маркетингового исследования;
- инструменты маркетинга;
- организационные структуры маркетинга

1.4 Место дисциплины в структуре профессиональной подготовки выпускников.

Дисциплина **Маркетинг** относится к базовой части профессионального цикла дисциплин и является обязательной при освоении ООП по профилям: «Организация предпринимательской деятельности», «Финансы промышленных предприятий», «Экономика и управление на предприятиях в отрасли машиностроения», «Экономика бережливого производства», «Экономика и управление на предприятии нефтяной и газовой промышленности», «Стоимостный инжиниринг и сметное нормирование в строительстве», «Экономика и управление на предприятиях строительной отрасли».

После изучения дисциплины обучающийся должен освоить части указанных в пункте 1.1 компетенций и продемонстрировать следующие результаты:

знать

- основные понятия и определения маркетинга;
- концепции маркетинга;
- методику маркетингового исследования;
- инструменты маркетинга (товар, цена, продвижение, распределение и сбыт);
- организацию маркетинговой деятельности;
- особенности международного маркетинга.

уметь

- выявлять потребности потребителя;
- оценивать эффективность маркетинговой деятельности;
- разрабатывать маркетинговые проекты;
- проводить маркетинговое исследование;
- проводить сегментацию рынка;
- разрабатывать матрицу стратегии развития товара;
- оценивать конкурентоспособность товара;
- рассчитывать цены;
- оценивать эффективность применения скидок;
- разрабатывать рекламное сообщение;
- разрабатывать пропагандистское сообщение;
- оценивать эффективность продаж;
- оценивать эффективность применения инструментов маркетинга.

владеть

- навыками разработки маркетинговых проектов;
- навыками разработки комплексных предложений.

1 5 Содержание дисциплины
Социально-экономические основы маркетинга Инструменты маркетинга