

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Антипова Наталья Викторовна  
Должность: и.о. директора филиала  
Дата подписания: 20.02.2024 18:49:52  
Уникальный идентификатор:  
fae5412acb1bf810dc69e6bc004ac45622b84b3a

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

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**  
**Улан-Баторский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

Одобрено  
на заседании Совета Улан-Баторского  
филиала РЭУ им Г.В. Плеханова  
Протокол от № 9 от 02 июня 2022  
Председатель Совета  
Н.В. Антипова



**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.О.13 Маркетинг**

<b>Направление подготовки</b>	<b>38.03.01 Экономика</b>
<b>Направленность (профиль) программы</b>	<b>Финансы и кредит</b>
<b>Уровень высшего образования</b>	<b>Бакалавриат</b>

Улан-Батор – 2022 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Маркетинг» является приобретение студентами необходимой квалификации для понимания сущности маркетинга, его роли и места в деятельности предприятия, в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия, руководствуясь вопросами удовлетворения потребностей потребителей в условиях конкурентной среды.

Задачи дисциплины «Маркетинг»:

- формированию знаний, умений и навыков в маркетинговом планировании, отборе целевых рынков, подготовке и принятии решений в товарной, ценовой и распределительной политике;
- формированию умений использовать маркетинг в различных отраслях и сферах деятельности;
- формирование целостного представления об изучении теоретических основ маркетинга;
- ознакомление с прикладными методами маркетинговых исследований на микроуровне;
- формирование навыков исследования проблем и особенностей организации и планирования маркетинга на предприятиях (организациях, фирмах) различных отраслей экономики;
- формирование способностей оценки конкурентоспособности товара и компании;
- формирование представления о механизмах международного маркетинга;
- формирование знаний в области применения правовой и нормативной базы в организации маркетинговой деятельности;
- формирование умения использовать современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении поставленных экономических и финансовых задач, методы анализа социально-экономических и финансовых показателей, процессов и явлений, тенденций их изменения;
- формирование умения представлять результаты аналитической работы.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
<i>Раздел 1. «Сущность и эволюция маркетинга»</i>	
1.	Процесс создания и донесения ценностей до потребителей.
2.	Маркетинговая среда. Анализ конкурентов. Стратегические корпоративные и маркетинговые решения. Поведение потребителей
3.	Целевые рынки. Сегментация и позиционирование.
<i>Раздел 2. «Инструменты маркетинга»</i>	

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование разделов / тем дисциплины</b>
4.	Маркетинговые решения по товару.
5.	Маркетинговые решения по цене.
6.	Маркетинговые решения по распределению.
7.	Маркетинговые решения по коммуникациям и взаимоотношениям.
<b><i>Раздел 3. «Управление маркетингом»</i></b>	
8.	Организация маркетинга. Маркетинговое планирование. Экономическая оценка маркетинга.
9.	Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение.
<b><i>Раздел 4. «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»</i></b>	
10.	Международный маркетинг. Маркетинг услуг, маркетинг некоммерческих субъектов.
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.</b>	

**Форма контроля –зачет с оценкой**

**Разработчики:**

РЭУ им. Г.В. Плеханова  
Кафедра маркетинга

зав. кафедрой

И.И. Скоробогатых

РЭУ им. Г.В. Плеханова  
Кафедра маркетинга

доцент

Ж.Б. Мусатова