

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 программный ключ:
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 № 11 от 15.06. 2021 г.
Председатель совета
Н.В.Антипова

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.13

Маркетинг

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) программы «Международная торговля»

Уровень высшего образования

Бакалавриат

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>
4.	Маркетинговые решения по товару.
5.	Маркетинговые решения по цене.
6.	Маркетинговые решения по распределению.
7.	Маркетинговые решения по коммуникациям и взаимоотношениям.

	<i>Раздел 3. «Управление маркетингом»</i>
8.	Организация маркетинга. Маркетинговое планирование. Экономическая оценка маркетинга.
9.	Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение.
	<i>Раздел 4. «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»</i>
10.	Международный маркетинг. Маркетинг услуг, маркетинг некоммерческих субъектов.
Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е / 144 часа.	

Форма контроля –зачет с оценкой

Разработчики:

РЭУ им.Г.В. Плеханова

Кафедра маркетинга

зав. кафедрой маркетинга
доцент

И.И. Скоробогатых
Ж.Б. Мусатова