

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:  
fae5412acb1bf810dc69e6b1004ac45022884b3a

**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**

**Направление подготовки**

**38.03.01 Экономика**

**Направленность (профиль) программы «Международная торговля»**

**Уровень высшего образования**

**Бакалавриат**

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
	<b><i>Раздел 1. «Сущность и эволюция маркетинга»</i></b>
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.
	<b><i>Раздел 2. «Инструменты маркетинга»</i></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 маркетинга  
доцент

И.И. Скоробогатых  
Ж.Б. Мусатова