

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.17.1 Маркетинг

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: кандидат экономических наук Гоненко Д.В.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.01 Экономика, Финансовый контроль и государственный аудит

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

обеспечить понимание студентами сущности маркетинговой деятельности и технологий управления маркетингом.

План курса:

Тема 1. Современная концепция, принципы и функции маркетинга.

Тема 2. Сегментация рынка и позиционирование товаров.

Тема 3. Комплекс маркетинга: проектирование, размещение и продвижение продукта.

Тема 4. Система распределения и товародвижения.

Тема 5. Организационные структуры маркетинга предприятия.

Тема 6. Организация и контроль деятельности службы маркетинга.

Тема 7. Разработка комплексной программы маркетинга. Стратегическое и текущее планирование.

Тема 8. Отраслевая и международная специфика маркетинга.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, реферат, тест, эссе.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

Основная литература:

Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2012.— 159 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6297>.

Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10938.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Морозов Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Морозов Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 148 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10945.html>.— ЭБС «IPRbooks»