

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: сформировать этап компетенции ПК-3.

План курса:

Основные темы дисциплины:

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.

Для контактной и самостоятельной работы используются следующие мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.

Обучающиеся обеспечиваются следующим комплектом программного обеспечения, адаптированного для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов:

для обучающихся с нарушениями зрения:

MAGiC (программа для экранного чтения и увеличения);

JAWSforWindows (программа для чтения с экрана компьютера);

для обучающихся с нарушениями слуха:

программы звукоусиления;

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

программы для обеспечения работы альтернативных устройств ввода информации.

Обеспечивается возможность беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория располагается на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов с разными видами ограничений здоровья:

- с нарушениями зрения:

- принтер Брайля braille embosser everest-dv4;

- электронный ручной видеоувелечитель САНЭД;

- дисплей Брайля Focus 40 Blue;

- устройство для сканирования и чтения с камерой SARACE;

- с нарушениями слуха:

- средства беспроводной передачи звука (FM-системы);

- акустический усилитель и колонки;

- с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижные, регулируемые эргономические парты с источником питания для индивидуальных технических средств;

- других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

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»