

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.Б.12 «Маркетинг»

*наименование дисциплин (модуля)*

**Автор:** кандидат экономических наук, профессор Алексунин В.А.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.03.06 «Торговое дело», профиль «Логистика в торговой деятельности»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:** сформировать компетенции в области сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); применения основных методов и средств получения, хранения, переработки информации и работы с компьютером как со средством управления информацией и использование аналитических методов для оценки эффективности коммерческой, маркетинговой, рекламной и логистической деятельности организации на региональных и мировых рынках (ОПК-4, ОПК ОС-6).

#### **План курса:**

**Тема 1.** Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга

**Тема 2.** Концепции маркетинга и управления производством

**Тема 3.** Классификация маркетинга

**Тема 4.** Объекты маркетинга

**Тема 5.** Стратегия целевого маркетинга

**Тема 6.** Товар в системе маркетинга

**Тема 7.** Ценообразование: маркетинговые аспекты

**Тема 8.** Средства распределения

**Тема 9.** Маркетинговые коммуникации

**Тема 10.** Система маркетинговых исследований

**Тема 11.** Методы маркетинговых исследований

**Тема 12.** Организация службы маркетинга на предприятии

**Тема 13.** Планирование в маркетинге

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Формы текущего контроля успеваемости: тестирование, диспут, реферат, эссе, опрос, контрольная работа, ситуационные задачи.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплине: экзамен.

Этапы освоения компетенций ОПК-4.2, ОПК ОС-6.5 отражают формирование:

#### **на уровне знаний:**

Основы маркетинга и маркетинговых инструментов

Требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок

Нормативные правовые акты, регламентирующие перевозки

#### **на уровне умений:**

Оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информации

Анализировать и проверять документы на соответствие правилам и порядку оформления транспортно-сопроводительных, транспортно-экспедиционных, страховых и претензионных документов, договоров, соглашений, контрактов

**на уровне навыков:**

Мониторинг рынка подрядчиков

Постановка целей, задач работникам подразделений, участвующим в процессе перевозки груза в цепи поставок

**Основная литература:**

1. Годин А. М. Маркетинг: учебник для бакалавров. М.: Дашков и Ко, 2014  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253807&sr=1>
2. Ким С. А. Маркетинг: учебник. - М.: Дашков и Ко, 2013  
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253881&sr=1>