

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.12 «Маркетинг»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: кандидат экономических наук, Усманов Д.И

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 «Торговое дело», профиль «Международная коммерция»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области способности использовать аналитические методы для оценки эффективности коммерческой, маркетинговой, рекламной и логистической деятельности организации на региональных и мировых рынках (ОПК ОС-6), способности управлять ассортиментом закупаемых товаров и услуг, осуществлять контроль качества закупаемых и поставляемых товаров и услуг (ПКо ОС-1), способности выбирать и оценивать деловых партнеров по определенным критериям, организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами (ПКо ОС-3).

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 дисциплины: экзамен.

Компоненты компетенции 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>