

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.09.2023 14:34:49
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль	Финансы в цифровой экономике
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Формы обучения	Очная/очно-заочная

Учебная дисциплина «Маркетинг» изучается во втором семестре.
Курсовая работа – не предусмотрена.

3.1. Форма промежуточной аттестации:
второй семестр – экзамен.

3.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части программы.
Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Основы профессиональной деятельности;
- Деловые коммуникации;
- Менеджмент.

Результаты обучения по учебной дисциплине «Маркетинг», используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Проектно-ориентированное управление бизнесом;
- Управление проектами;
- Экономика организаций (предприятий).

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении учебной/производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

3.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Маркетинг» являются:

- изучение принципов и методов маркетингового управления компанией;
- формирование навыков маркетингового подхода к решению задач профессиональной направленности и практического их использования в дальнейшей профессиональной деятельности, выстраивания взаимосвязей маркетинга с другими

функциональными подразделениями компании с акцентом на решение общекорпоративных задач роста и управления;

– формирование у обучающихся компетенцией, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции(й) и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач.	ИД-ОПК-2.1 Использование математических методов решения прикладных задач.	– Выделяет закономерности сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения управленческих задач на основе использования принципов и методов маркетингового управления.
	ИД-ОПК-2.2 Применение информационных технологий для решения задачи фундаментальной и/или прикладной математики	– Формулирует проблемы, возникающих в процессе сбора и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач с применением информационных технологий.
	ИД-ОПК-2.3 Использование математических моделей и их анализ при решении задач в области профессиональной деятельности.	- Использует математические модели и их анализ при решении профессиональных задач в области маркетинга.
ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	ИД-ОПК-5.1 Применение современных информационных технологий для организации сегментирования рынка и выбора целевого сегмента рынка, изучения формирования основных стратегий в маркетинг.	– Формулирует профессиональные задачи, требующие использования современных информационных технологий и программных средств, для организации сегментирования рынка и выбора целевого сегмента рынка, изучения формирования основных стратегий в маркетинг.
	ИД-ОПК-5.2 Применение современных информационных технологий для определения цены на продукцию, ценовых стратегий и тактики.	– Формулирует профессиональные задачи, требующие использования современных информационных технологий и программных средств, для определения цены на продукцию, ценовых стратегий и тактики.

Структура и содержание учебной дисциплины

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	4	з.е.	144	час.
по очно-заочной форме обучения	4	з.е.	144	час.