Министерство образования и науки
Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательного учреждение высшего образования «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

Набережночелнинский филиал

Кафедра экономики и менеджмента

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе

«Маркетинг»

Индекс по учебному плану: **Б1.Б.15**

Направление подготовки: **38.03.01 Экономика**

Квалификация: **бакалавр**

Профиль подготовки: **Экономика предприятий и организаций**

Виды профессиональной деятельности: **расчетно-экономическая, организационно-управленческая**

Набережные Челны 2017 г.

РАЗДЕЛ 1. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1.Цель изучения дисциплины.

Формирование способности осуществлять сбор, анализ данных, необходимых для решения профессиональных задач, выбор инструментальных средств для обработки экономических данных, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в области маркетинга.

1.2.Задачи дисциплины:

– формирование знаний о методах сбора, анализе данных и инструментальных средствах для обработки экономических данных, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в области маркетинга.

– формирование умения использовать методы сбора, анализа данных, необходимых для решения профессиональных задач, а также умение выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в области маркетинга.

- формирование навыков сбора, анализа данных, необходимых для решения профессиональных задач, а также навыков выбора инструментальные средства для обработки экономических данных, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в области маркетинга.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Маркетинг» входит в базовую часть Блока 1 учебного плана направления 38.03.01 Экономика.

1.4. Перечень компетенций, которые должны быть сформированы в ходе освоения дисциплины.

ОПК-2 Способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

ОПК-3 способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы

РАЗДЕЛ 2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ

2.1. Структура дисциплины, ее трудоемкость.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы или 108 часов.

Распределение фонда времени по видам занятий

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся	Коды составляющих компетенций	Формы и вид контроля освоения составляющих

		и трудоемкость (в часах/ интерактивные часы)					компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам.раб.		
Раздел 1 Концептуальные основы маркетинга							ФОС ТК-1 Тестирование
Тема 1.1 Основные понятия маркетинга. Понятие ценности и ценностной маркетинг.	8	2		2	4	ОПК-2З ОПК-2У	тест
Тема 1.2 Предприятие как субъект маркетинговой деятельности.	8	2		2	4	ОПК-2З ОПК-2У ОПК-3З ОПК-3У	тест
Тема 1.3 Маркетинговые исследования.	8	2		2	4	ОПК-2З ОПК-2У ОПК-2В ОПК-3З ОПК-3У ОПК-3В	тест
Раздел 2 Стратегический анализ маркетинговой среды организации							ФОС ТК-2 Тестирование
Тема 2.1 Изучение маркетинговой среды.	8	2		2	4	ОПК-2З ОПК-2У ОПК-2В ОПК-3З ОПК-3У ОПК-3В	тест
Тема 2.2. Анализ потребительского рынка.	8	2		2	4	ОПК-2З ОПК-2У ОПК-2В ОПК-3З ОПК-3У ОПК-3В	тест
Тема 2.3Процесс сегментирование рынка.	8	2		2	4	ОПК-3З ОПК-3У ОПК-3В	тест
Раздел 3 Маркетинговые стратегии							ФОС ТК-3 Тестирование
Тема 3.1 Товарная политика	8	2		2	4	ОПК-2З ОПК-2У ОПК-2В ОПК-3З ОПК-3У ОПК-3В	тест
Тема 3.2 Ценообразование. Инструментальные средства обработки экономических данных.	8	2		2	4	ОПК-3З ОПК-3У ОПК-3В	тест

Тема 3.3 Маркетинговые коммуникации.	8	2		2	4	ОПК-3З ОПК-3У ОПК-3В	тест
Курсовая работа		-		-	-	-	
Экзамен	36						ФОС ПА тест письменное задание
ИТОГО:	108	18		18	36		

РАЗДЕЛ 3 ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

3.1.1 Основная литература:

1.Карпова Н.В. Маркетинг [Текст] : учебное пособие / Н. В. Карпова. - Старый Оскол : «ТНТ», 2014. - 448 с. - Библиогр.: с. 432-434. - ISBN 978-5-94178-132-4

3.1.2 Дополнительная литература:

2. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: Учебник / Ю. Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Электрон.текстовые дан. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 292 с. - ISBN 978-5-16-010404-1.-Режим доступа: http://znanium.com/go.php?id=472903

3. Резник Г.А. Введение в маркетинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Г. А. Резник. - 3-е изд., перераб. и доп. - Электрон.текстовые дан. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 202 с. - ISBN 978-5-16-009459-5.-Режим доступа: http://znanium.com/go.php?id=443432

4. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах [Электронный ресурс]: Учебное пособие / П. С. Завьялов. - Электрон.текстовые дан. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 336 с. - ISBN 978-5-16-006289-1.-Режим доступа: http://znanium.com/go.php?id=434699

3.2 Информационное обеспечение дисциплины.

3.2.1 Основное информационное обеспечение.

1. Blackboard Learn - Электронные курсы КНИТУ-КАИ https://bb.kai.ru
2. ЭБС"Айбукс" https://ibooks.ru
3. ЭБС «Лань» https://e.lanbook.com/
4. ЭБС Znanium.com http://znanium.com/

3.3. Кадровое обеспечение

3.3.1 Базовое образование

Высшее образование и /или наличие ученой степени и/или ученого звания и /или наличие дополнительного профессионального образования – профессиональной переподготовки и /или наличие заключения экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.

3.3.2 Профессионально-предметная квалификация преподавателей.

Желательно наличие научных и/или методических работ по организации или методическому обеспечению образовательной деятельности, выполненных в течение трех последних лет.

3.3.3 Педагогическая (учебно-методическая) квалификация преподавателей

К ведению дисциплины допускаются кадры, имеющие стаж научно-педагогической работы (не менее 1 года) и/или стаж работы на должностях руководителей или специалистов в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Обязательно прохождение повышения квалификации (стажировки) не реже чем один раз в три года.

Обязательна дополнительная подготовка в области инклюзивного образования: психофизиологические особенности инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, специфика приема-передачи учебной информации, применение специальных технических средств обучения с учетом различных нозологий.