

Министерство образования и науки Российской Федерации

**Набережночелнинский филиал федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева-КАИ»**

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**

Вид(ы) 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 инструментальных средств для обработки экономических данных, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в области маркетинга.

1.3 Место дисциплины в структуре ОП ВО

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

1.4 Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины

ОПК-2 способностью 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 4 зачетные единицы или 144 часа.

Распределение фонда времени по видам занятий.

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах/ интерактивные часы)	Коды составляющих компетенций	Формы и вид контроля освоения составляющих 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.	12	2		2	8	ОПК-23 ОПК-2У	тест
Тема 1.2 Предприятие как субъект маркетинговой деятельности.	12	2		2	8	ОПК-23 ОПК-2У ОПК-33 ОПК-3У	тест
Тема 1.3 Маркетинговые исследования.	12	2		2	8	ОПК-23 ОПК-2У ОПК-2В ОПК-33 ОПК-3У ОПК-3В	тест
Раздел 2 Стратегический анализ маркетинговой среды организации							ФОС ТК-2 Тестирование
Тема 2.1 Изучение маркетинговой среды.	12	2		2	8	ОПК-23 ОПК-2У ОПК-2В ОПК-33 ОПК-3У ОПК-3В	тест
Тема 2.2. Анализ потребительского рынка.	12	2		2	8	ОПК-23 ОПК-2У ОПК-2В ОПК-33 ОПК-3У ОПК-3В	тест
Тема 2.3 Процесс сегментирования рынка.	12	2		2	8	ОПК-33 ОПК-3У ОПК-3В	тест
Раздел 3 Маркетинговые стратегии							ФОС ТК-3 Тестирование
Тема 3.1 Товарная политика	12	2		2	8	ОПК-23 ОПК-2У ОПК-2В ОПК-33 ОПК-3У ОПК-3В	тест
Тема 3.2 Ценообразование. Инструментальные средства обработки экономических данных.	12	2		2	8	ОПК-33 ОПК-3У ОПК-3В	тест
Тема 3.3 Маркетинговые коммуникации.	12	2		2	8	ОПК-33 ОПК-3У ОПК-3В	тест

Курсовая работа		-		-	-	-	
Экзамен	36						ФОС ПА тест письменное задание
ИТОГО:	144	18		18	72		

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

2. Герасименко В.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / В. В. Герасименко. - 3-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Издательство "Проспект", 2016. - 512 с. - ISBN 978-5-392-19562-6.- Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=672940>

3.1.2 Дополнительная литература:

1. 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>

2. 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>

3. 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.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. BlackboardLearn - Электронные курсы КНИТУ-КАИ <https://bb.kai.ru>
2. ЭБС "Айбукс" <https://ibooks.ru>
3. ЭБС "Лань" <http://e.lanbook.com>
4. ЭБС «Знаниум» <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.

Обязательное прохождение повышения квалификации (стажировки) не реже чем один раз в три года соответствующее области.

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.