

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Институт систем управления
Кафедра прикладного менеджмента

АННОТАЦИЯ

по дисциплине «Маркетинг»

направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа «Управление человеческими ресурсами»
дневная форма обучения

Соответствует РПД



УМУ СГЭУ

Зав. кафедрой

/Ашмарина С.И./

Самара 2015 г.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются формирование знаний о маркетинге как системе управления, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и решений для повышения эффективности развития компании.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы

Дисциплина «Маркетинг» вариативной части общенаучного цикла является важным элементом формирования у специалиста системы знаний в области деятельности предприятия или организации на рынке. Она обеспечивает обязательный минимум знаний для профессиональной деятельности в качестве магистра, что поможет в дальнейшем для изучения такой дисциплины как «Поведенческий маркетинг».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению «Менеджмент»:

а) общекультурных (ОК):

- обладать способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия (ОК-4);

б) профессиональных (ПК):

- владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-6);

- владеть понятийно-терминологическим аппаратом общественных наук в целом (ПК-7).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы, функции маркетинга;
- специфику организации системы маркетинговых исследований;
- стратегическое планирование маркетинговой деятельности;
- комплекс маркетинга: разработка продукции, ценообразование, товародвижение, формирование спроса и стимулирование сбыта;
- организацию и контроль маркетинговой деятельности;

Уметь:

- грамотно использовать современные средства маркетинга в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе;

- оценивать состояние рыночной конъюнктуры;
- разрабатывать концепцию и технологию проведения маркетинговых исследований;
- анализировать информацию в ходе проведения маркетинговых исследований;
- строить прогнозы позиционирования бизнеса по результатам маркетинговой деятельности;
- планировать маркетинговую деятельность;
- анализировать периодическую литературу по различным вопросам маркетинга.

Владеть:

- навыками рефлексии и адекватного оценивания своих образовательных результатов;
- ключевыми понятиями, отражающими характер финансовой безопасности как учебной дисциплины.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости	Формы итоговой аттестации
				Всего	Самост. работа	Лекции	Практические занятия		
1	Маркетинг	1	18					Практикум по темам, Тесты	зачет
				72	54	4	14		