

АННОТАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ) «МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки: 23.03.01– Технология транспортных процессов

Профиль подготовки: «Организация перевозок и управление в единой транспортной системе»

Квалификация (степень): Бакалавр

Цель дисциплины: формирование у будущих бакалавров теоретических и практических знаний в области маркетинга, умение использовать современные приёмы и методы маркетингового подхода для определения стратегии и тактики предприятия.

Знать: основные понятия, категории и инструменты маркетинговой политики фирмы; роль маркетинга в управлении фирмой; принципы, задачи и функции маркетинга фирмы; направления проведения маркетинговых исследований; основные составляющие комплекса маркетинга товара; теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества фирмы;

Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду предприятия, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать организационную структуру маркетинга и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; ставить и решать задачи операционного маркетинга; осуществлять стратегическое планирование маркетинговой деятельности; учитывать последствия управленческих решений в области маркетинга с позиции социальной ответственности; определять взаимосвязь логической инфраструктуры товарного рынка и рынка транспортных услуг; использовать международный опыт и российскую практику организации маркетинговой деятельности;

Владеть: понятийным аппаратом в области маркетинга; методами реализации основных маркетинговых функций (принятие решений, исследование, управление, организация и контроль); методами разработки и реализации маркетинговых программ; современными методами проведения маркетинговых исследований; основными технологиями маркетинга; навыками применения современных инструментов маркетинга для решения практических задач.

Задачи дисциплины: изучение теоретических основ современного маркетинга, маркетинговых концепций и рыночных процессов; рассмотрение маркетингового подхода к проблеме изучения внешней и внутренней среды предприятия; приобретение знаний принципиального характера по использованию маркетинга в рыночной деятельности предприятия при разработке товарной, ценовой сбытовой и коммуникационной политики; рассмотрение содержания и сущности мероприятий в области стратегического, тактического управления и организации маркетинга на предприятии; приобретение практических навыков проведения маркетинговых исследований: сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации, изучение потребителей, оценка конкурентоспособности товара, формирование выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации; формирование у будущих бакалавров навыков применения маркетинга как инструмента достижения коммерческих успехов предприятия на основе эффективного использования его потенциала с ориентацией на потребителя в условиях конкурентной среды.

Основные разделы дисциплины:

Маркетинг как философия предпринимательской деятельности.

Информационный инструментарий маркетинга.

Комплекс маркетинга и инструменты его реализации.

В результате изучения дисциплины «Маркетинг» студент должен:

Виды учебной работы: лекции, практические занятия.

Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетных единицы 108 часа

Объем занятий:

Лекции -18 ч.; Практические работы – 36 ч.; СРС – 36 ч.

Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Формы самостоятельной работы студента: Работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы. Поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада по заданной проблеме. Изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку (отдельные темы, параграфы).

Самостоятельная работа включает: подготовку к тестовому контролю знаний после каждой темы курса; подготовку к практическим занятиям; самостоятельное решение ситуационных задач; самостоятельное изучение некоторых тем, вопросов; подготовка к контрольным работам.