

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.02.2018 11:48:54

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da14b41b362na0ee37e75a19

## МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

"Курский государственный университет"

Кафедра маркетинга и управления персоналом

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

### Рабочая программа дисциплины

### Маркетинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинговая деятельность

Квалификация: бакалавр

Факультет экономики и менеджмента

Форма обучения: очная

Общая трудоемкость 6 ЗЕТ

Виды контроля в семестрах:

экзамен(ы) 4

зачет(ы) 3

курсовая работа 4

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
	уп	рпд	уп	рпд		
Неделя	18		18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18	36	36
Практические	36	36	36	36	72	72
В том числе инт.	12	12	12	12	24	24
Итого ауд.	54	54	54	54	108	108
Контактная работа	54	54	54	54	108	108
Сам. работа	18	18	54	54	72	72
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	72	72	144	144	216	216

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:	Б1.Б
--------------------	------

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности****Знать:**

цели, принципы, функции, объекты, средства и методы маркетинга

**Уметь:**

применять средства и методы маркетинга в деятельности организации

**Владеть:**

методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей

**ПК-3: владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности****Знать:**

методы анализа маркетинговой среды

**Уметь:**

анализировать маркетинговую среду организации

**Владеть:**

навыками разработки маркетинговой стратегии

**ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли****Знать:**

особенности маркетинговой среды, её анализа, этапы маркетинговых исследований

**Уметь:**

анализировать конъюнктуру рынка, разрабатывать и стратегии маркетинга

**Владеть:**

навыками анализа поведения потребителей

<b>ПК-15: умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</b>
<b>Знать:</b>
сущность рыночных специфических рисков в маркетинговой деятельности
<b>Уметь:</b>
выявлять риски в маркетинговой среде
<b>Владеть:</b>
умениями и навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности