

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 10.06.2022 15:36:55
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:
Руководитель ООП
Беденко Н.Н.
«28» августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Маркетинг

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль
Управление в организации

Для студентов 2 курса очной формы обучения
и 2 курса очно-заочной формы обучения

Составитель: Старшинова Т.А., к.э.н., доцент

Тверь, 2021

I. Аннотация

1. Наименование дисциплины (или модуля) в соответствии с учебным планом Маркетинг

2. Цель и задачи дисциплины (или модуля)

Целью освоения дисциплины (или модуля) является: формирование у обучающихся четкого представления о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных покупателей.

Задачами освоения дисциплины (или модуля) являются:

- освоение базовых понятий и принципов маркетинга;
- осведомленность в отношении концепций маркетинга и эволюции их развития, функций маркетинга;
- овладение техникой основных видов маркетинга.

3. Место дисциплины (или модуля) в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг» относится к вариативной части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Управление в организации».

В содержательно-методическом плане данная дисциплина связана с дисциплинами: Экономическая теория, Управление конкурентоспособностью организации, Исследование конъюнктуры рынка, Риск-менеджмент и др.

4. Объем дисциплины (или модуля):

По очной форме: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе контактная работа: лекции 26 часов, практические занятия 26 часов, самостоятельная работа: 29 часов, контроль -27 часов.

По заочной форме: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе контактная работа: лекции 10 часов, практические занятия 12 часов, самостоятельная работа: 77 часов, контроль – 9 часов.

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (или модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (или модулю)
ПК-3 – владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления страте-	Начальный Владеть: - методами стратегического анализа при оценке внешней и внутренней среды организации. Уметь:

<p>гии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности</p>	<p>- проводить анализ факторов внешней и внутренней среды организации;</p> <p>- проводить оценку конкурентоспособности организации.</p>
	<p>Знать:</p> <p>- факторы внешней и внутренней среды организации;</p> <p>- понятие, показатели и факторы конкурентоспособности организации;</p> <p>- методы стратегического анализа.</p>
	<p>Промежуточный Владеть:</p> <p>- способами и алгоритмами разработки и реализации стратегии организации.</p>
	<p>Уметь:</p> <p>- разрабатывать альтернативные варианты стратегий на основе стратегического анализа, проводить их оценку;</p> <p>- осуществлять выбор стратегии организации;</p> <p>- организовать процесс осуществления выбранной стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.</p>
<p>ПК-9 - Способность 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</p>	<p>Знать:</p> <p>- понятие и виды стратегии организации;</p> <p>- этапы разработки и осуществления стратегии организации.</p>
	<p>Начальный уровень Владеть:</p> <p>- методиками оценки влияния внешней среды на организацию;</p> <p>- методиками анализа поведения потребителей.</p>
	<p>Уметь:</p> <p>- оценивать воздействия внешней среды на функционирование организации;</p> <p>- анализировать поведение потребителей экономических благ и уровень спроса на рынке.</p>
	<p>Знать:</p> <p>- экономические основы поведения организаций;</p> <p>- законы спроса и предложения на рынке;</p> <p>- понятие и виды рынков;</p> <p>- методы анализа внешней среды организации.</p>
	<p>Промежуточный уровень Владеть:</p> <p>- методиками анализа рыночной среды, отрасли;</p> <p>- методами оценки рыночных и специфических рисков.</p>
	<p>Уметь:</p> <p>- анализировать конкретные рынки;</p> <p>- идентифицировать и анализировать факторы конкурентной среды отрасли;</p> <p>- идентифицировать и анализировать рыночные и специфические риски.</p>
<p>Знать:</p> <p>- элементы и структуру рынков;</p> <p>- факторы конкурентной среды отрасли;</p> <p>- методы анализа конкурентной среды отрасли;</p> <p>- методы анализа рыночных и специфических рисков.</p>	

6. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

7. Язык преподавания русский.