

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 28.09.2022 16:06:49
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

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

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Толкаченко О.Ю.

«20» апреля 2022 г.



Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

Профиль подготовки

«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Для студентов очной и заочной формы обучения

Составитель:

к.э.н., доцент Комарова Е.В.

Тверь, 2022

I. Аннотация

1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом -
Маркетинг

2. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов необходимых знаний, умений и навыков применения маркетинговых инструментов для повышения конкурентоспособности предприятий и организаций различных сфер деятельности.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами основных понятий, принципов, средств и методов маркетинга;
- приобретение студентами навыков применения полученных в области маркетинга знаний для решения конкретных практических задач;
- овладение студентами принципами и методами маркетинга с целью достижения высокой конкурентоспособности предприятий (организаций)

3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Маркетинг» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана к модулю 3, дисциплинам, формирующим компетенции по основному виду деятельности: аналитическая, научно-исследовательская.

Данный учебный курс направлен на усвоение знаний, умений и технологий, которые составляют основу образовательного процесса по овладению профессиональными компетенциями и соответствующими им учебными дисциплинами, входящими в ООП подготовки бакалавров по направлению «Экономика».

Дисциплина «Маркетинг» читается на 1-м курсе в 1-м семестре. Она базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении дисциплин школьной программы, и направлена на успешное освоение таких дисциплин, как «Менеджмент», «Теория национальной экономики», «Рынок ценных бумаг», «Экономика фирмы» и др.

4. Объем дисциплины:

Очная форма обучения:

5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе контактная работа: лекции 18 час., практические занятия 36 час.; самостоятельная работа: 81 час., контроль 45 час.

Заочная форма обучения:

Нормативный срок обучения:

5 зачетных единиц, 180 акад. часов, в том числе контактная работа: лекции – 6 час., практические занятия – 6 час.; самостоятельная работа – 159, контроль – 9 часов;

Со кратчайший срок обучения:

5 зачетных единиц, 180 акад. часов, подлежит изучению 144 часа, в том числе контактная работа: лекции – 4 часа, практические занятия – 4, самостоятельная работа - 127, контроль – 9 часов, изучено и перееаттестовано – 36 часов.

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

<p>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</p>	<p>Планируемые результаты обучения по дисциплине</p>
<p>Способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ПК-5)</p>	<p>Владеть: методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для принятия грамотных управленческих решений;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать цели исследования, осуществлять подбор и анализ информации из внутренних и внешних источников для решения поставленных перед предприятием (организацией) задач; - грамотно интерпретировать полученную информацию; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы сбора, обработки и анализа информации, необходимой для принятия решений в сфере финансов и бухгалтерского учета; - роль маркетинга в получении такой информации и принятии управленческих решений.
<p>Способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологиями и методами сбора маркетинговой информации; - методами анализа маркетинговой информации - методиками подготовки аналитических отчетов; <p>Уметь: используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный</p>

информационный обзор или аналитический отчет (ПК-7)	обзор или аналитический отчет Знать: основные методы сбора маркетинговой информации, направления маркетинговых исследований, методики подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов.
---	--

6. Форма промежуточной аттестации – экзамен.

7. Язык преподавания русский.