МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СТАРООСКОЛЬСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ ИМ. А.А. УГАРОВА
(филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»
СТИ НИТУ «МИСИС»

Рабочая программа
утверждена
решением Ученого совета
СТИ НИТУ «МИСИС»
от «20» июня 2023 г.
протокол № 5

Аннотация рабочей программы дисциплины

Маркетинг

Закреплена за кафедрой	**Кафедра экономики, управления и организации производства**
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль	Бухгалтерский учёт, анализ и аудит
Квалификация	**Бакалавр**
Форма обучения	**Очно-заочная**
Общая трудоемкость	**4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Формы контроля в семестрах:
в том числе:		Экзамен 4
аудиторные занятия	24	
самостоятельная работа	102	
часов на контроль	18	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	4		Итого	
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Лабораторные	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	102	102	102	102
Часы на контроль	18	18	18	18
Итого:	144	144	144	144

Год набора 2023 г.
В редакции 2023 г.

ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ
Цель освоения дисциплины – формирование компетенций, в соответствие с учебным планом, а также овладение теоретическими знаниями в области организации и технологии маркетинговой деятельности, практическими навыками решения прикладных задач, приёмами и методами, принципами маркетинговой работы для использования полученных знаний и навыков в управлении хозяйственными системами разного уровня и принятия квалифицированных решений. Задачи дисциплины: - обучить современным подходам, формам и методам маркетинговой работы; -обучить методам оценки альтернативных вариантов маркетинговых решений, самостоятельного или совместного поиска и выбора оптимального из них в зависимости от конкретных рыночных условий, а также ресурсов и возможностей современных организаций; - обучить принимать решения по различным маркетинговым вопросам, разрабатывать и реализовывать на практике соответствующие программы конкретных коммерческих действий, увязывать их с основными управленческими процессами внутри организации, осуществлять постоянный мониторинг и вносить необходимые коррективы в комплекс маркетинговых мероприятий.

ИНДИКАТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, СОВМЕЩЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	
ОПК-2: Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач, осуществлять моделирование, анализ и эксперименты в целях проведения детального исследования для решения задач в профессиональной области	
Знать:	ОПК-2-З1 Методы осуществления экономических расчетов, анализа и моделирования маркетинговой деятельности организации
Уметь:	ОПК-2-У1 Применять инструменты маркетингового анализа, производить расчеты и делать соответствующие выводы
Владеть:	ОПК-2-В1 Навыками проведения мониторинга, расчетов и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность организации
ПК-1: Способен осуществлять расчетно-экономическую деятельность в профессиональной сфере: собирать, систематизировать исходные данные, проводить расчеты экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, с использованием информационных технологий	
Знать:	ПК-1-З1 Методы сбора и обработки маркетинговой информации
Уметь:	ПК-1-У1 Собирать, систематизировать исходные данные, проводить расчеты экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в области маркетинга, с использованием информационных технологий
Владеть:	ПК-1-В1 Навыками выбора и применения методов маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации