

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
«Б1.О.06.07 Маркетинг»

Направление подготовки

44.03.01 Педагогическое образование

(профиль) Экономическое образование

Объем трудоемкости: 5

Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является: заключается в формировании у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга.

Задачи дисциплины:

Изучение дисциплины «Маркетинг» направлена на формирование у студентов, следующих компетенции: УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ОПК-2 - способен участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий); ПК-2 - способен применять предметные знания при реализации образовательного процесса.

В соответствие с этим ставятся следующие задачи дисциплин:

- ознакомить учащихся с теоретическими положениями маркетинга и целями исследования рынков и рыночных процессов;
- привить навыки практической деятельности по сбору и обработке информации, проведению рыночных расчетов и формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации;
- выработать умение принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях, используя метод кейс и метод деловых игр;
- развить способность предвидения, воображения и интуиции;
- сформировать представление о современных проблемах рынка и путях их решения;
- развить навыки профессиональной деятельности, связанных с проведением анализа, описания и истолкования социально-экономических процессов в образовательной системе.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинг» включается в обязательную часть дисциплин основной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование» (с двумя профилями подготовки), профили Обществознание, Экономическое образование в соответствии с профилем подготовки «экономическое образование» (Б1.О.06.07).

Дисциплина «Маркетинг» способствует всесторонней подготовке будущего преподавателя экономики, с другой - углубляет полученные студентом знания по технологии и основам современного производства. Это означает формирование в процессе обучения у студента профессиональных знаний и компетенций в рамках выбранного образовательного направления.

Для освоения дисциплины «Маркетинг» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Основы предпринимательства», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Основы экономики».

Дисциплина «Маркетинг» является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Менеджмент и маркетинг в образовании», «Бизнес-планирование», «Практикум по финансово-экономической грамотности».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ОПК-2 - способен участвовать в разработке основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий); ПК-2 - способен применять предметные знания при реализации образовательного процесса.

Основные разделы дисциплины:

Тема 1. Маркетинг, как философия и методология современного предпринимательства

Тема 2. Теория потребительского поведения

Тема 3. Сегментация рынка

Тема 4. Виды и назначение маркетинговых исследований

Тема 5. Товарная и марочная политика

Тема 6. Виды и выбор каналов распределения

Тема 7. Реклама и PR-технологии

Тема 8. Планирование, организация и контроль маркетинга на предприятии

Тема 9. Международный маркетинг

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Махненко С.И., доцент кафедры истории, обществознания и педагогических технологий