

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.06.2022 16:44:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1b75f08

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



Утверждаю:
Руководитель ООП
Беденко Н.Н.
«30» 03 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Основы маркетинга

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль
Маркетинг

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: Комарова Е.В., к.э.н., доцент

Тверь, 2021

I. Аннотация

1. 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;
- развитие у обучающихся способностей, связанных с принятием рациональных управленческих решений в области маркетинговой деятельности;
- овладение студентами методологией маркетинга с целью достижения высокой конкурентоспособности предприятий (организаций)

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Основы маркетинга» относится к обязательной части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Управление в организации».

В логическом и содержательно-методическом контексте дисциплина «Основы маркетинга» взаимосвязана с другими частями образовательной программы, в частности с дисциплинами: Экономическая теория, Теория организации, Теория и практика управления, Менеджмент в информационно-коммуникационной среде, Моделирование бизнес-процессов и др.

Освоение дисциплины «Основы маркетинга» является предшествующим для проведения всех типов производственной практики, предусмотренных учебным планом, а также для изучения дисциплин: Основы предпринимательства, Инновационный менеджмент, Управление рисками, Исследование рынка, Стратегический менеджмент, Бизнес-планирование и др.

3. Объем дисциплины: 5 зачетных единиц, 180 академических часов, в том числе для очной формы обучения:

контактная аудиторная работа: лекции 28 часов, практические занятия 28 часов.

самостоятельная работа: 97 часов, контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК- 4.1 - Проводит анализ рынка и выявляет новые рыночные возможности
	ОПК- 4.2 - Оценивает выявленные рыночные возможности по установленным критериям

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:

- по очной форме обучения – экзамен, 4 семестр.

6. Язык преподавания русский.