

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.28 Маркетинг

по направлению подготовки: 39.03.01 «Социология»

по профилю «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра «Государственного, муниципального управления и социологии»

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Менеджмента и предпринимательской деятельности»

1. Цели освоения дисциплины:

Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются:

- а) формирование теоретических и практических знаний о маркетинговой концепции управления и их применение при разработке и реализации программы социологических исследований;
- б) формирование способностей применения основных положений маркетинговой управленческой концепции при решении исследовательских задач;
- в) формирование навыков владения маркетинговой методологией при проведении социологических исследований.

2. Содержание дисциплины «Маркетинг»:

Социально-экономическая сущность маркетинга как вида управленческой деятельности.

Потребительское поведение и виды маркетинга.

Внешняя среда маркетинга и информационное обеспечение маркетинговой деятельности.

Стратегический и тактический маркетинг: цели, задачи, инструменты.

Комплекс маркетинга.

Планирование и организация маркетинговой деятельности.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) виды спроса и маркетинговые инструменты воздействия на спрос;
- б) поведение потребителей и факторы его определяющие;
- в) методы маркетингового анализа;
- г) методологию маркетингового планирования.

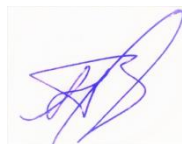
2) Уметь:

- а) анализировать поведение потребителей;
- б) проводить анализ рыночных возможностей, конкурентной среды;
- в) участвовать в разработке маркетинговых планов;
- г) использовать методы и результаты маркетингового анализа на всех этапах социологического исследования;

3) Владеть:

- а) аналитическими инструментами оценки экономических и социальных условий деятельности предприятия;
- б) методологией маркетингового планирования;
- в) инструментами стратегического и тактического маркетинга при планировании результатов социологического исследования.

Зав.каф. ГМУС



Тузиков А.Р.