

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 08.08.2024 14:24:36

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**      Институт экономики предприятий

**Кафедра**      Маркетинга, логистики и рекламы

### **АННОТАЦИЯ**

**Наименование дисциплины**      Б1.О.14 Маркетинг

**Основная профессиональная образовательная программа**      09.03.03 Прикладная информатика программа  
Интеллектуальные цифровые системы и сервисы  
в управлении

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

### 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Маркетинг входит в обязательную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Последующие дисциплины по связям компетенций: Стратегический менеджмент, Реинжиниринг и управление бизнес-процессами

### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

#### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПКМ-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ОПКМ-4	ОПКМ-4.1: Знать: инструментарий выявления и оценки возможностей развития организации и предпринимательских структур, методы и инструменты разработки бизнес-планов проектов, методы оценки эффективности от их реализации	ОПКМ-4.2: Уметь: анализировать возможности развития организации и предпринимательских структур, использовать методические подходы к разработке бизнес-планов и новых направлений деятельности, применять на практике методики оценки эффективности от реализации бизнес-планов новых направлений деятельности	ОПКМ-4.3: Владеть (иметь навыки): навыками анализа рыночных процессов и поведения потребителей и организаций, а также методами прогнозирования конъюнктуры товарных рынков, обоснования новых направлений деятельности и разработки бизнес-планов

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 3
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	53.85/1.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108

Зачетные единицы	3
------------------	---

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Маркетинг представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
	Практич. занятия						
1.	Введение в маркетинг	6	6			20	ОПКМ-4.1, ОПКМ-4.2, ОПКМ-4.3
2.	Теоретические основы маркетинга	12	12			33,85	ОПКМ-4.1, ОПКМ-4.2, ОПКМ-4.3
	Контроль	18					
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0.15</b>		<b>53.85</b>	

##### 4.2 Содержание разделов и тем

###### 4.2.1 Контактная работа

###### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Введение в маркетинг	лекция	Содержание и концепции развития маркетинга
2.	Теоретические основы маркетинга	лекция	Управление поведением потребителей
		лекция	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования
		лекция	Сегментация рынка
		лекция	Инструменты комплекса маркетинга

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

###### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Введение в маркетинг	практическое занятие	Содержание и концепции развития маркетинга
2.	Теоретические основы маркетинга	практическое занятие	Управление поведением потребителей
		практическое занятие	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования
		практическое занятие	Сегментация рынка
		практическое занятие	Инструменты комплекса маркетинга

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

### **Иная контактная работа**

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### **4.2.2 Самостоятельная работа**

<b>№п/п</b>	<b>Наименование темы (раздела) дисциплины</b>	<b>Вид самостоятельной работы ***</b>
1.	Введение в маркетинг	- подготовка доклада - тестирование
2.	Теоретические основы маркетинга	- подготовка доклада - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ