

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»**

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра ЭИФ РОАТ  
Заведующий кафедрой ЭТМ РОАТ

 Т.М. Степанян

08 сентября 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор РОАТ



В.И. Апатцев

08 сентября 2017 г.



Кафедра «Экономическая теория и менеджмент»

Авторы Касымова Динара Маркленовна, старший преподаватель  
Комов Михаил Сергеевич, к.э.н., доцент

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Маркетинг»**

Направление подготовки:	38.03.01 – Экономика
Профиль:	Экономика предприятий и организаций
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	заочная
Год начала подготовки	2017

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 08 сентября 2017 г. Председатель учебно-методической комиссии  С.Н. Климов	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 2 08 сентября 2017 г. Заведующий кафедрой  Т.М. Степанян
--	--

Москва 2017 г.

## 1. Цели освоения учебной дисциплины

Цель курса «Маркетинг» – ознакомление и обучение методологическим основам и практике маркетинга как комплексного подхода к управлению производством и реализации продукции с учётом спроса.

Задачами изучения дисциплины является: формирование системы теоретических представлений о маркетинге как о самом важном инструменте бизнеса, его принципах и технологии, месте и роли маркетинга в деятельности компании; создание крепких основ системы конкретных умений, что позволяют успешно применять полученные знания на практике.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Маркетинг" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его базовую часть.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-2	способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
-------	---

## 4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

5 зачетных единиц (180 ак. ч.).

## 5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для реализации компетентностного подхода и с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов по усмотрению преподавателя в учебном процессе могут быть использованы в различных сочетаниях активные и интерактивные формы проведения занятий, в том числе: - лекционно-семинарско-зачетная система;- методы активного и интерактивного обучения;- внеаудиторная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка докладов, а также тезисов для студенческих конференций и т.д.);- система дистанционного обучения «Космос» – <http://stellus.rgotups.ru/>;- система для проведения видео-конференцсвязи; - электронная почта; - сервис для проведения вебинаров; - интернет-ресурсы..

## 6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

### РАЗДЕЛ 1

#### Раздел 1. Понятие маркетинга

Тема 1. Общие осно-вы рыночной эконо-мики

Тема 2. Понятие и сущность маркетинга

выполнение эл. теста, выполнение курсовой работы, доклад

## РАЗДЕЛ 2

Раздел 2. Внешняя среда маркетинга Те-ма 3. Потребитель-ский рынок

Тема 4. Конкуренция

выполнение эл. теста, выполнение курсовой работы, доклад

## РАЗДЕЛ 3

Раздел 3. Внутренняя среда маркетинга Те-ма 5. Кадры марке-тинга

Тема 6. Планирование маркетинга

Тема 7. Маркетинго-вые исследования

выполнение эл. теста, выполнение курсовой работы, доклад

## РАЗДЕЛ 4

Допуск к экзамену

защита курсовой ра-боты

Экзамен

Тема: Курсовая работа