



**Федеральное агентство морского и речного транспорта**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Государственный университет морского и речного флота  
имени адмирала С.О. Макарова»**  
**Воронежский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала  
С.О. Макарова»**

---

Кафедра экономики и менеджмента

## **АННОТАЦИЯ**

дисциплины «Маркетинг»

Направление подготовки – 38.03.01 «Экономика»

Направленность (профиль) – «Экономика и менеджмент на транспорте»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – очно-заочная

Промежуточная аттестация – зачет

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

. В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» дисциплина «Маркетинг» относится к обязательной части учебного плана ОПОП и реализуется в 5 семестре на 3 курсе очно-заочной формы обучения.

Дисциплина базируется на знаниях и умениях, полученных студентами при изучении дисциплин: «Макроэкономика», «Психология», «Региональная экономика», «Экономика предприятия», «Стратегический менеджмент», «Институциональная экономика», «Организация предпринимательской деятельности».

Успешное освоение материала дисциплины в рамках установленных компетенций необходимо для изучения следующих дисциплин: «Логистика», «Бюджетирование на предприятии», «Анализ и оценка рисков бизнес-проектов на транспорте».

### Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.3. Выбор способа решения поставленных задач	Знать: методику выбора способа решения поставленных задач
		Уметь: применять методику выбора способа решения поставленных задач
		Владеть: навыками и умениями выбора способа решения поставленных задач
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач	ОПК-2.3. Статистический анализ данных для решения задач профессиональной деятельности	Знать: основы статистического анализа данных для решения задач профессиональной деятельности
		Уметь: применять статистический анализ данных для решения задач профессиональной деятельности
		Владеть: навыками и умениями статистического анализа данных для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Формирование и критическое сопоставление альтернативных вариантов решения, поставленных задач в области профессиональной деятельности	Знать: способы формирования и критического сопоставления альтернативных вариантов решения, поставленных задач в области профессиональной деятельности
		Уметь: применять способы формирования и критического сопоставления альтернативных вариантов решения, поставленных задач в области профессиональной деятельности

		деятельности
		Владеть: навыками и умениями формирования и критического сопоставления альтернативных вариантов решения, поставленных задач в области профессиональной деятельности

## **1. Объем дисциплины и виды учебных занятий**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3з.е., 108 часов, из которых по очно-заочной форме 50 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (16 часов – занятия лекционного типа, 34 часов – практические занятия).

## **2. Основное содержание дисциплины**

Маркетинг в системе стратегического управления фирмой. Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей. Сегментирование рынка. Характеристика конкурентной борьбы на рынке и анализ конкуренции. Продуктовая политика фирмы. Ценообразование и ценовая политика. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций фирмы.

Составитель: к.э.н., Зацепина А.В.