



**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 – 38.03.02 «Менеджмент»

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 7 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
ОПК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ОПК-2.3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать: методы и способы осуществления социального взаимодействия в маркетинге и реализовывать свою роль в команде на транспортных предприятиях
		Уметь: осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде в рамках маркетинговой деятельности на транспортных предприятиях
		Владеть: навыками осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде в рамках маркетинговой деятельности на транспортных предприятиях
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. Выявление и оценка возможностей развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	Знать: методы выявления и оценки маркетинговых возможностей развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций на транспортном предприятии
		Уметь: выявлять и оценивать маркетинговые возможности развития организации и бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций на транспортных предприятиях
		Владеть: навыками выявления и оценки маркетинговых возможностей развития организаций бизнесов с учетом ресурсов и компетенций на транспортных предприятиях

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3з.е., 108 часов, из которых по очно-заочной форме 32 часа составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (16 часов – занятия лекционного типа, 16 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.