

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.03 «Маркетинг»
специальность 38.05.01 «Экономическая безопасность»
специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»**

1.Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины: дать студентам комплексное представление о теоретических и практических основах современного маркетинга, навыки их успешного применения в будущей профессиональной деятельности.

2.Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.03 «Маркетинг» относится к дисциплинам вариативной части основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность», изучается в 8 семестре (очная форма обучения). Форма итогового контроля – экзамен.

Предшествующими дисциплинами являются «Менеджмент», «Экономика организации».

Успешное освоение курса позволяет приобрести профессиональные компетенции и перейти к выполнению выпускной квалификационной работы.

3.Требование к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данной специальности:

А) Общекультурных:

-способность ориентироваться в политических, социальных и экономических процессах (ОК-3);

Б) Профессиональных:

-способность оценивать эффективность систем внутреннего контроля и аудита (ПК-25).

В результате изучения дисциплины «Маркетинг» студент должен:

Знать:

- социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы, функции маркетинга;
- специфику организации системы маркетинговых исследований
- стратегическое планирование маркетинговой деятельности
- комплекс маркетинга: разработка продукции, ценообразование, товародвижение, формирование спроса и стимулирование сбыта;
- международный опыт и российскую практику организации маркетинговой деятельности.

Уметь:

- грамотно использовать современные средства маркетинга в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе;
- оценивать состояние рыночной конъюнктуры;
- разрабатывать концепцию и технологию проведения маркетинговых исследований;
- анализировать информацию в ходе проведения маркетинговых исследований;
- строить прогнозы позиционирования бизнеса маркетинговых исследований;

- планировать маркетинговую деятельность;
- осуществлять контроллинг качества принимаемых решений.

Владеть:

- терминологией курса.

4. Структура дисциплины «Маркетинг»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа (очная форма)

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Сем.	СР	Всего	
1	Маркетинг. Общая концепция и роль в экономическом развитии страны	8	1	2	2	5	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
2	Функции маркетинга	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
3	Организация маркетинговой службы на предприятии	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
4	Комплексное исследование товарных рынков.	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
5	Методические основы проведения маркетинговых исследований.	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
6	Маркетинговые исследования потребителей.	8	1	2	2	5	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
7	Сегментация рынка.	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
8	Формирование маркетинговой стратегии.	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
9	Товар в маркетинге. Маркетинговая продуктовая стратегия.	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
10	Маркетинг нового продукта	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
11	Роль маркетинга в обеспечении качества и конкурентоспособности товаров.	8	1	2	2	5	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
12	Ценообразование как	8	2	4	2	8	Учет посещаемости

	элемент комплекса маркетинга						Устный опрос Тест по теме
13	Разработка стратегии товаропродвижения	8	2	4	2	8	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
14	Коммуникационная стратегия предприятия.	8	1	4	2	7	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
15	Реклама как элемент стратегии продвижения	8	2	4	2	8	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
16	Особенности маркетинга в различных сферах деятельности	8	2	4	2	8	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
17	Международный маркетинг	8	2	2	2	6	Учет посещаемости Устный опрос Тест по теме
	ВСЕГО:		30	44	34	144	Экзамен (36)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2013. - 488 с.
2. Синяева И.М. Маркетинг: теория и практика : Учебник для бакалавров / Синяева И.М., Финуниверситет.- 2-е изд., перераб. и доп..- М. : Юрайт, 2013.
3. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014.
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. И.М.Синяевой. - М.: ЮНИТИ, 2014.
5. Цахаев, Р. К. Маркетинг: учебник для студ. эконом. вузов по напр. Подготовки "Экономика" и спец. "Маркетинг"; рек. МОН РФ / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 552 с.
6. Синяева Инга Михайловна. Маркетинг в коммерции: учебник для студ. эконом. вузов по напр. "Экономика" и спец. "Маркетинг"; рек. МОН РФ / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2014. - 548 с.
7. Мазилкина Елена Ивановна. Маркетинг: учебник для студ. ср. проф. образования /Е. И. Мазилкина. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. - 368 с.
8. Алексунин Владимир Алексеевич. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. - 5-е изд., доп. и перераб. - М.: Дашков и К, 2014. - 216 с.
9. Морозов Юрий Владимирович. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю. В. Морозов. - 8-е изд., испр. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 148 с.

б) дополнительная литература

1. Синяева Инга Михайловна. Маркетинг в предпринимательской деятельности: учебник для студ. эконом. вузов по напр. "Экономика"; рек. МОН РФ / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - М.: Дашков и К, 2015. - 268 с.
2. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 300 с. — 978-5-91131-812-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/905.html>
3. Захарова Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж [Электронный ресурс] : практическое пособие / Ю.А. Захарова. — Электрон. текстовые

данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 134 с. — 978-5-394-01357-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1909.html>

4. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2011. — 443 с. — 978-5-394-01311-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4552.html>

5. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 197 с. — 978-5-222-18945-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>

в) программное обеспечение и интернет ресурсы

Информационно-образовательные ресурсы

–Официальный Web-сайт СахГУ <http://sakhgu.ru/>; sakhgu.pf
–Система управления обучением на базе Moodle <http://cdo.sakhgu.ru/>
–Система независимого компьютерного тестирования в сфере образования <http://i-exam.ru/>

–Сайт научной электронной библиотеки eLIBRARY <http://elibrary.ru>

–Сайт университетской библиотеки ONLINE <http://www.biblioclub.ru/>

–Сайт российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/>

–Сайт электронно-библиотечной системы IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru>

–Сайт информационно правовой системы Консультант Плюс <http://www.consultant.ru>

–Сайт информационной справочной системы Polpred.com <http://polpred.com/>

–Сайт национальной электронной библиотеки <https://нэб.рф>

–Сайт электронного издательства ЮРАЙТ <https://www.biblio-online.ru>

Информационные технологии и программное обеспечение

– Система технической поддержки и обработки заявок <http://help.sakhgu.net>.

– Программный комплекс «Электронные журналы», используемый для учета и анализа успеваемости обучающихся;

– «Антиплагиат. ВУЗ» Лицензионный договор №194 от 22.03.2018 года;

– Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 60939880);

– Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 60939880);

– Kaspersky Anti-Virus (лицензия 2022-000451-54518460), срок пользования с 2017-02-22 по 2019-02-24;

– ABBYYFineReader 11 Professional Edition (лицензия AF11-2S1P01-102/AD),

– Справочно-правовая система "Консультант Плюс", сетевая студенческая версия версия «проф». В составе базы: «Судебная практика», «Сахалинский выпуск», «Законопроекты», «деловые бумаги», «международное право», «финансист», «эксперт-приложение», «документы СССР», «комментарии законодательства», «консультации для бюджетных организаций»;

– Справочно-правовая система "Консультант Плюс", сетевая версия «проф». В составе базы: «документы СССР», «бюджетные организации», «строительство», «суды общей юрисдикции», «сахалинский выпуск», «деловые бумаги», «корреспонденция счетов», «международное право», «эксперт-приложение»;

– Программный комплекс «Планы», «Планы СПО» Договор № 4782 от 15.02.2018 года;

– «Диплом-стандарт». Договор № 13651 от 14.05.2013 года (продлонгация от 18.01.2017);

– «Диплом-стандарт». Договор № 12209 от 14.06.2013 года (продлонгация от 18.01.2017)

Автор



к.э.н., доцент Муравьева Л.Г.

Рецензент



к.э.н., доцент Лысенко Н.Н.

Рассмотрена на заседании кафедры 02 июля 2018г., протокол №15

Утверждена на совете института 10 июля 2018 г., протокол № 10/37.