**АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дисциплина** | Маркетинг | |
| **Направление подготовки** | 38.03.02 | Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Все профили | |
| **Объем дисциплины** | 9 з.е. | |
| **Формы промежуточной аттестации** | Зачет с оценкой  Экзамен  Курсовая работа | |
| **Кафедра** | Маркетинга и международного менеджмента | |
| **Краткое содержание дисциплины** | | |
| Тема 1. Теоретические основы маркетинга | | |
| Тема 2. Основные направления исследования рынка | | |
| Тема 3. Комплекс маркетинга | | |
| Тема 4. Организация и управление маркетингом | | |
| Тема 5. Классификация маркетинговых исследований. | | |
| Тема 6. Основные направления в маркетинговых исследованиях | | |
| Тема 7. Организация маркетинговых исследований | | |
| Тема 8. Последовательность этапов маркетинговых исследований | | |
| **Список литературы** | | |
| **Основная литература**   1. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / [Т. А. Лукичева [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичевой, Н. Н. Молчанова. - Москва : Юрайт, 2019. - 370 с. <https://www.biblio-online.ru/bcode/444037> 2. [Нуралиев, С.У.](http://webirbis.usue.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?LNG=&Z21ID=&I21DBN=ABSN&P21DBN=ABSN&S21STN=1&S21REF=1&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=10&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=%D0%9D%D1%83%D1%80%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B5%D0%B2,%20%D0%A1%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B6%D1%83%D0%B4%D0%B8%D0%BD%20%D0%A3%D1%80%D1%86%D0%BC%D0%B8%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87) Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент", "Торговое дело" (квалификация "бакалавр") / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. - Москва : Дашков и К°, 2018. – 362с.  <http://znanium.com/go.php?id=415135>   3. [Солосиченко, Т. Ж.](http://webirbis.usue.ru/cgi-bin/irbis64r_14/cgiirbis_64.exe?LNG=&Z21ID=&I21DBN=ARHIV&P21DBN=ARHIV&S21STN=1&S21REF=1&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=10&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=%D0%A1%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE,%20%D0%A2.%20%D0%96.)    Маркетинговые исследования [Текст] : учеб. пособие / Т. Ж. Солосиченко. - Екатеринбург: [Изд-во УрГЭУ], 2017. - 121 с. : схемы, табл. - Библиогр.: с. 120 <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf>.  4. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям / С. Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 304 с. [*https://www.biblio-online.ru/bcode/434563*](https://www.biblio-online.ru/bcode/434563)  **Дополнительная литература**  1. Басовский, Л. Е. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 300 с. <http://znanium.com/go.php?id=544241>  2. Гришина, В. Т. Маркетинговые исследования[Электронный ресурс] : практикум / В. Т. Гришина. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 58 с. <http://znanium.com/go.php?id=436043>  3. Минина, Т. Б. **Маркетинг** [Текст]: учебное пособие / Т. Б. Минина ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2014. - 216 с.<http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p481983.pdf> 100экз. | | |
| **Перечень информационных технологий, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем, онлайн курсов, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине** | | |
| **Перечень лицензионное программное обеспечение:**  - Astra Linux Common Edition Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017 (без ограничения срока действия)  - Microsoft Windows 10 Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017 (срок действия лицензии до 30.09.2020)  - Мой Офис стандартный Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017(без ограничения срока действия)  **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**  Общего доступа  - Справочная правовая система ГАРАНТ Договор № 58419 от 22 декабря 2015(без ограничения срока действия)  - Справочная правовая система Консультант плюс Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020 (срок действия лицензии до 31.12.2020) | | |
| **Перечень онлайн курсов** | | |
| В данной дисциплине не реализуются | | |
| **Перечень профессиональных стандартов** | | |
| В данной дисциплине не реализуются | | |

Аннотацию подготовил подпись

Т.Б. Минина

Т.Ж. Солосиченко

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Дисциплина** | Маркетинг |
| **Направление подготовки** | 38.03.02 Менеджмент |
| **Направленность (профиль)** | Все профили |
| **Кафедра** | Маркетинга и международного менеджмента |
| **Темы курсовых работ** | |
| 1. Анализ товарной политики предприятия. 2. Совершенствование политики ценообразования предприятия. 3. Оценка эффективности каналов распределения предприятия. 4. Анализ и совершенствование рекламной политики предприятия. 5. Оценка деятельности конкурентов предприятия. 6. Анализ конъюнктуры товарного рынка предприятия. 7. Управление отношениями с партнерами предприятия. 8. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды предприятия. 9. Управление ассортиментной политикой предприятия. 10. Оценка эффективности организации маркетинга предприятия. 11. Разработка маркетинговой стратегии предприятия. 12. Методы обеспечения конкурентоспособности предприятия. 13. Оценка конкурентоспособности продуктов организации. 14. Совершенствование маркетинговой концепции предприятия. 15. Управление взаимоотношениями с потребителями предприятия. 16. Формирование и развитие внутриорганизационного маркетинга организации. 17. Бенчмаркинг как инструмент анализа конкурентной ситуации предприятия. 18. Повышение эффективности брендинга организации. 19. Анализ поведения потребителей предприятия. 20. Развитие маркетинга инноваций на предприятии. 21. Внедрение концепции социально-этического маркетинга на предприятии. 22. Оценка эффективности маркетинга впечатлений организации. 23. Организация прямого маркетинга на предприятии. 24. Анализ современных инструментов маркетинговых коммуникаций. 25. Исследование методов маркетинга территории. 26. Анализ маркетинговой деятельности предприятия сферы услуг. 27. Совершенствование маркетинговой деятельности некоммерческой организации. 28. Оценка эффективности маркетинговой деятельности финансово-кредитной организации. 29. Оценка имиджа предприятия. 30. Повышение эффективности маркетинговой деятельности предприятия на рынке В2В. 31. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия розничной торговли. 32. Пути повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия оптовой торговли. | |

Аннотацию подготовил подпись Т.Б. Минина

Т.Ж. Солосиченко