

Аннотация дисциплины (модуля)

Маркетинг

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Государственная и муниципальная служба

(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 3 (з.е.)

Всего учебных часов: 108 (ак. час.)

Формы промежуточной аттестации	СЕМЕСТР		
	очная	очно-заочная	заочная
Экзамен	5	6	6

Москва

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины	Сформировать у обучающихся знания, умения и навыки по маркетингу, принципам и механизмам функционирования маркетинговых систем в организациях.
Задачи дисциплины	Сформировать понятий аппарат и четкое представление о маркетинге как концепции внутрифирменного управления. Сформировать представление о принципах и механизмах управления в маркетинговой деятельности. Сформировать умение анализировать существующие и потенциальные запросы потребителей, возможностей создания ценностей для потребителя. Сформировать умение сегментирования рынков, выбора целевых сегментов. Приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение товара.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок 1 «Дисциплины (модули)»	
Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины	Психология Статистика Теория управления
Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	Маркетинг территорий Социология управления Государственная итоговая аттестация

3. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

№	Название темы
1.	Теоретические основы маркетинговой деятельности организации. Концепции управления маркетингом
2.	Методы маркетинга
3.	Товарная политика в маркетинге
4.	Ценообразование в маркетинге
5.	Сбытовая политика предприятия
6.	Продвижение товара
7.	Маркетинговые исследования в системе маркетинговой деятельности предприятия
8.	Поведение потребителей
9.	Организация маркетинговой деятельности
10.	Международный маркетинг

4. Ресурсное обеспечение дисциплины

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение) 4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение)
Современные профессиональные базы данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа)
Информационные справочные системы	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)
Интернет-ресурсы	<ol style="list-style-type: none"> 1. http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" 2. https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа) 3. http://www.marketch.ru 4. http://www.mavriz.ru
Материально-техническое обеспечение	<p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p>

5. Учебно-методические материалы

№	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
5.1 Основная литература								
5.1.1	Ким С.А.	Маркетинг	Дашков и К	2019	учебник	-	http://www.iprbookshop.ru/85640.html	по логину и паролю
5.1.2						-	http://www.iprbookshop.ru/110921.html	по логину и паролю

5.1.3	Абаев А.Л. Алексунин В.А. Гуриева М.Т. Корчагова Л.А. Мальгин А.В. Парамонова Т.Н. Рыжкова Т.Б. Рамазанов И.А. Тарасенко Е.А. Черная М.А.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Дашков и К	2019	учебник	-	http://www. iprbookshop.ru /85388.html	по логину и паролю
5.1.4	Шевченко Д.А.	Основы современного маркетинга	Дашков и К	2021	учебник	-	http://www. iprbookshop.ru /107812.html	по логину и паролю
5.2 Дополнительная литература								
5.2.1	Карпова С.В.	Международны й маркетинг	Дашков и К	2018	учебник	-	http://www. iprbookshop.ru /85391.html	по логину и паролю
5.2.2	сост. Анурова Г.Т. Спицына О.С.	Маркетинг	Амурский гуманитарно- педагогический государственный университет, Ай Пи Ар Медиа	2019	практикум	-	http://www. iprbookshop.ru /85893.html	по логину и паролю
5.2.3	Егорова М.М. Логинова Е.Ю. Швайко И.Г.	Маркетинг	Научная книга	2019	учебное пособие	-	http://www. iprbookshop.ru /81021.html	по логину и паролю
5.2.4	Гаранина М.П. Бабордина О.А.	Маркетинг	Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2020	практикум	-	http://www. iprbookshop.ru /105023.html	по логину и паролю