|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Аннотация** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Рабочей программы дисциплины** |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |  |  |
| Дисциплина  | Маркетинг  |  |  |
| Направление подготовки  | 38.03.02 Менеджмент  |  |  |
| Профиль  | Международный менеджмент  |  |  |
| Объем дисциплины  | 9 з.е  |  |  |
| Формы промежуточной аттестации  | Зачет с оценкой |  |  |
|  |  | Экзамен, Курсовая работа |  |  |
| **Краткое** **содержание** **дисциплины**   |
|  |  |  |
|  |
| Тема | Наименование темы |  |
| Тема 1. | Основы маркетинга, методы работы с источниками маркетинговой информации овнешних рынках (ПК-1) |  |
| Тема 2. | Основные направления исследования рынка. Проведение предварительного анализапоступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров навнешних рынках (ПК-1) |  |
| Тема 3. | Формирование предложений по совершенствованию товарной, ценовой политики,совершенствованию системы сбыта и инструментов продвижения товаров и услуг навнешних рынках (ПК-1) |  |
| Тема 4. | Организация и управление маркетингом. Мониторинг отклонений от выполненияобязательств по внешнеторговому контракту (ПК-2) |  |
| Тема 5. | Виды маркетинговых исследований. Основные методы сбора, обработкимаркетинговой информации для проведения маркетингового исследования Выбормаркетинговых инструментов . (ПК-2) |  |
| Тема 6. | Основные направления в маркетинговых исследованиях. (ПК-4) |  |
| Тема 7. |  Разработка плана исследования. Подготовка и согласование плана проведениямаркетингового исследования. (ПК-4) |  |
| Тема 8. | Последовательность этапов маркетингового исследования. Маркетинговыеисследования разных типов и видов с использованием инструментов комплексамаркетинга. (ПК-4)  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
|  1. Данченок Л. А., Ласковец С. В. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник и практикум длявузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 486 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/468736 |
|
|  2. Божук С. Г. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:Учебник для вузов. -Москва: Юрайт, 2021. - 304 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/470338 |
|  3. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 292 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1074173 |

|  |
| --- |
|  4. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик[Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М",2022. - 288 – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1853098 |
|  |
| **Дополнительная литература:** |
|  1. Солосиченко Т. Ж. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]:учебное пособие. -Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2017. - 121 – Режим доступа:http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/17/p488707.pdf |
|
|  2. Кузьмина Е. Е. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник и практикум для вузов. -Москва: Юрайт, 2021. - 419 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/468861 |
|  3. Калюжнова Н. Я., Кошурникова Ю. Е. Современные модели маркетинга [Электронныйресурс]:Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 170 – Режим доступа:https://urait.ru/bcode/473049 |
|  4. Нестерова З. В. Маркетинг [Электронный ресурс]:методические указания к написаниюкурсовой работы. - Екатеринбург: [б. и.], 2021. - 10 – Режим доступа:http://lib.wbstatic.usue.ru/202111t/100.pdf |
|  |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине**   |
|  |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
|  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-****телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
|  |
| Аннотацию подготовил: Нестерова З.В.  |

.