

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой МАУ

В.В. Еремин

«_03_» сентября 2008 г.

Маркетинг	<i>Вид учебной работы</i>	<i>Аудиторные занятия</i>	<i>Самостоятельная работа</i>
6,7	Лекции	66	50
МАУ	Практические (семинарские занятия)	66	50
ИЭФ	Лабораторные работы		
Гр. 3760, 2008-2009гг			
канд. экон. наук, доцент Наталия Валерьевна Варлачева	Другие виды занятий		49
	<i>Общая трудоемкость</i>	<i>132</i>	<i>149</i>

Нед	Лекции (тема)	Часы		Практические (семинарские) занятия	Часы		Домашние задания, контр. работы	Часы
		А	С		А	С		С
Шестой семестр								
1-2	Введение в маркетинг. Эволюция концепций маркетинга	6	6	Введение в маркетинг. Эволюция концепций маркетинга	6	6	Подготовка сообщений	6
2-5	Маркетинговые исследования внешней и внутренней среды предприятия	6	6	Маркетинговые исследования внешней и внутренней среды предприятия	6	6	Подготовка к тестовой контрольной работе	4
6-10	Маркетинговые исследования рынка	6	6	Маркетинговые исследования рынка	6	6	Практическое задание по составлению технического задания на маркетинговые исследования	6
11-14	Система маркетинговых исследований	6	4	Система маркетинговых исследований	6	4	Составление форм анкет по целям	6
15-17	Сущность товарной политики. ЖУТ. Маркетинг новых товаров.	8	4	Сущность товарной политики. ЖУТ. Маркетинг новых товаров.	8	4	Разработка матриц портфельного анализа	4
Итого		32	26		32	26		26
Седьмой семестр								
1-2	Ценообразование в маркетинге	6	6	Ценообразование в маркетинге	6	6	Подготовка к тестовой контрольной работе	4
2-5	Основные формы маркетинговых коммуникаций	8	6	Основные формы маркетинговых коммуникаций	8	6	Подготовка сообщений	4
6-10	Методы распределения и продвижения товаров, услуг.	6	4	Методы распределения и продвижения товаров, услуг.	6	4	Подготовка сообщений	4
11-14	Планирование маркетинга	8	4	Планирование маркетинга	8	4	Составление плана маркетинга	6
15-16	Контроль маркетинга	6	4	Контроль маркетинга	6	4	Составление плана аудита маркетинга	7
Итого:		34	24		34	24		25

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ПО КУРСУ «МАРКЕТИНГ»

1. Академия рынка: Маркетинг/Пер. с франц.-М.: Экономика, 2003.
2. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. Анализ, планирование, контроль./Пер. с англ.-СПб.: Питер Ком, 2006.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности.- М.: Изд.-книготорг.центр «Маркетинг», 2005.
4. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе/ Под ред. Н.Д.Эриашвили.-М.: ЮНИТИ, 2006.
5. Маркетинг: Учебник /Под ред. А.Н.Романова.-М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2005.
6. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг / Пер. с англ.-М.: Сирин, 2000.
7. Галкин С.Е. Бизнес в ИНТЕРНЕТ.-М.: Центр, 2006.
8. Гончарова Н.п., Перерва П.Г. и др. Маркетинг инновационного процесса: Учебн. Пособие.-К.: 2007.
9. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология.-М.: Финпресс, 2006.
10. Дурович А.П. Маркетинг в туризме.- Минск: ООО «Новое знание»,2001.
11. Зубец А.Н. Страховой маркетинг в России: М.: Центр экономики и маркетинга, 2003.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ.- М.: Прогресс, 2007.
13. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии: Практическое пособие. – М.: АО Финстатинформ», 2004.
14. Ламбен Ж-Ж. Стратегический маркетинг / Пер. с франц. СПб.: Наука, 2002.
15. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М.: Финансы и статистика, 2004.
16. Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление.-М.: Внешторгиздат, 2003.
17. 12.Нагапетьянц Н.А. Прикладной маркетинг.-М.: ЮНИТИ, 2002.
18. 13.Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг.-М.: Интерпрайс, 2006.
19. 14. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг.-СПб., 2005.

Подпись лектора, составившего УМ Карту _____ / Н.В. Варлачева/