

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

**Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Кафедра менеджмента**

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА  
«ФИНАНСЫ И КРЕДИТ»**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**МАРКЕТИНГ**

Б1.О.17

краткое наименование дисциплины – не устанавливается

по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора - 2024

Новосибирск, 2023

## 1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.В.17 «Маркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс ОС II – 6	Способен применять информационные технологии для решения прикладных финансово-экономических задач	ПКс ОС II – 6.1.3	Определяет проектные виды деятельности и применяет для их организации информационные системы, а также осуществляет маркетинговое позиционирование в сфере цифровых финансов и банков

## 2. Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.17 «Маркетинг» осваивается с применением электронного (онлайн) курса (далее ЭК).

Общий объем дисциплины, включая электронный курс (далее ЭК) составляет 2 зачетные единицы, т.е. 72 академических часа (54 астрономических часа).

Объем дисциплины, за исключением ЭК: 32 академических часа (24 астрономических часа), из них 32 академических часа (24 астрономических часа) практических занятий; на самостоятельную работу обучающихся выделено 12 академических часов (9 астрономических часов) для очной ф/о.

Объем дисциплины, за исключением ЭК: 16 академических часов (12 астрономических часа), из них 16 академических часов (12 астрономических часов) практических занятий; на самостоятельную работу обучающихся выделено 28 академических часов (21 астрономический час) для очно-заочной ф/о.

Объем ЭК (в составе дисциплины): всего по ЭК – 24 академических часа (18 астрономических часа), из них 24 академических часа (18 астрономических часа) видеолекций для очной и очно-заочной ф/о.

## 3. Структура дисциплины

### Очная форма обучения

№	Наименование темы/модуля	Объем дисциплины, ак. час.					СРО (ЭК) <sup>1</sup>	Форма текущего контроля успеваемости <sup>2</sup> , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	СРО		
1	Основы современного маркетинга.	8			6	2		Дис
2	Интегрированный маркетинг.	10			6	4		Дис
3	Цифровой маркетинг.	12			8	4		Дис

№	Наименование темы/модуля	Объем дисциплины, ак. час.					СРО (ЭК) <sup>1</sup>	Форма текущего контроля успеваемости <sup>2</sup> , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	СРО		
4	Практические аспекты современного маркетинга.	14			12	2		<i>Дис</i>
	<b>Онлайн-курс</b>	24					24	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	4						<i>За</i>
	<b>Всего:</b>	72			32	12	24	

#### *Очно-заочная форма обучения*

№	Наименование темы/модуля	Объем дисциплины, ак. час.					СРО (ЭК) <sup>1</sup>	Форма текущего контроля успеваемости <sup>2</sup> , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	СРО		
1	Теоретические основы современного маркетинга.	8			2	6		<i>Дис</i>
2	Интегрированный маркетинг.	10			2	8		<i>Дис</i>
3	Цифровой маркетинг	10			2	8		<i>Дис</i>
4	Практические аспекты современного маркетинга	8			2	6		<i>Дис</i>
	<b>Онлайн-курс</b>	24					24	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	4						<i>За</i>
	<b>Всего:</b>	72			16	28	24	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся).

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа).

ПЗ – практические занятия (виды занятий семинарского типа, за исключением лабораторных работ).

СРО – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

ВЛ – видеолекции.

*Примечание:*

*\*\* – формы текущего контроля успеваемости: дискуссия (Дис)*

*\*\*\* – форма промежуточной аттестации: зачет (За)*

#### **4. Форма промежуточной аттестации: зачет.**

#### **5. Основная литература**

1. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512882>