

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

Цель освоения дисциплины: способность и готовность студентов к принятию ответственности за свои решения в рамках профессиональной компетенции, способен принимать нестандартные решения, решать проблемные ситуации; совершенствование навыков поисковой и аналитической работы; развитие познавательной и творческой активности; получение навыков творческой реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности экономиста и менеджера на предприятии; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы 72 часов.

Содержание дисциплины:

Понятие и сущность маркетинга. Маркетинговая стратегия. Маркетинг как функция управления. Структура и функции аппарата управления маркетинговой деятельностью. Технология маркетинговой деятельности. Система маркетинга в управлении фирмой. Сущность, формы и принципы предпринимательской деятельности. Предпринимательская идея и ее выбор. Понятие предпринимательского дохода. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Взаимоотношения предпринимателей с финансовой системой и участниками финансового рынка. Предпринимательство: возможные формы партнерских связей. Малый бизнес и франчайзинг. Предпринимательский договор: понятие и виды договоров. Маркетинг и менеджмент в деятельности предпринимателя. Коммерческая деятельность предпринимателя. Инвестиционная деятельность предпринимателей. Информационное обеспечение предпринимательства. Социальная ответственность, психология и этика предпринимателя. Оценка и контроль предпринимательской деятельности. Учреждение нового предприятия. Выбор целей.

Основная литература

1. М. Г. Предпринимательство. Учебное пособие. М.:Инфра, 2012
2. Афанасьева Т.П., Ерошин В.И., Пуденко Т.И. Основы предпринимательской деятельности. Бизнес - тезаурус, 2008.

3. Каунов А.М. Организация и бизнес - планирование собственного дела. Волгоград:Учитель, 2007.
4. Алексеева И.В. Электронная инфраструктура бизнеса и проблемы стабилизации экономики / И.В.Алексеева, Г.Б.Клейнер, Н.Н.Садыков // Экономическая наука современной России. - 2012. - N 3. - С.59-74.
5. Маркетинг: Учебник/ Под ред. Проф.Уткина Э.А.- М.:Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Изд-во ЭКМОС, 2009. – 320с.
6. Казначевская, Г. Б. Менеджмент: учебник / Г. Б. Казначевская. – Ростов-н-Дону: Феникс, 2012. – 452 с.

Дополнительная литература

7. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков. – Москва : Юрайт, 2012. – 640 с.
8. Костин, В. А. Менеджмент: учебное пособие / В. А. Костин, Т. В. Костина. – Москва : Гардарики, 2008. – 334 с.
9. Гражданский кодекс РФ От 30.11.94 №51-ФЗ.
10. Федеральный закон РФ от 08.01.98 № 6-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве) предприятий»
11. Федеральный закон РФ от 08.02.98 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»
12. Федеральный закон РФ от 14.06.95 №88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства»
13. Федеральный закон РФ от 25.09.98 №158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»
14. Федеральный закон РФ от 26.12.95 №208-ФЗ «Об акционерных обществах»
15. Федеральный закон РФ от 28.05.96 №41-ФЗ «О производственных кооперативах»