

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Стратегия и методы продвижения инновационных строительных
материалов на рынок»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Профиль

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2020

Цель изучения дисциплины:

формирование комплекса представлений, необходимых для организации продвижения инновационных строительных материалов на рынок, а также знаний маркетинговых коммуникаций, эффективных на рынке B2B

Задачи изучения дисциплины:

- изучение современных походов и особенностей продвижения инновационной продукции на рынке B2B;
- изучение современных стратегических и маркетинговых коммуникаций, применяемых на промышленных рынках;
- изучение инструментов продвижения инновационных строительных материалов и изделий;
- формирование практических навыков по организации отраслевых конференций, выставок, мероприятий событийного маркетинга;
- изучение основ выбора средств рекламы инновационных строительных материалов;
- изучение методов оценки эффективности рекламы.

Перечень формируемых компетенций:

ПК-4 - способен применять методы маркетинговых исследований, анализировать состояние рынка строительных услуг и определять тенденции его развития

ПК-6 - способен определять направления производственной деятельности организации, разрабатывать стратегии развития, осуществлять оперативное планирование, включая координацию деятельности подразделений и разработку корректирующих воздействий

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Зачет с оценкой