

**АННОТАЦИЯ**  
к рабочей программе дисциплины  
«Организация и планирование маркетинга»

**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:**

обучение методам планирования, формам организации маркетинговой деятельности предприятия и коммуникативного воздействия на потребителей, навыков подготовки и принятия маркетинговых решений.

**Задачи изучения дисциплины:**

- обеспечение теоретической подготовки по организации и планированию маркетинговой деятельности предприятия;
- освоение основных подходов к разработке маркетинговой политики предприятия;
- овладение методами прогнозирования и планирования маркетинговой деятельности предприятия;
- овладение методами коммуникационного воздействия на потенциальных потребителей;
- изучение целей и задач продвижения продукции предприятия на рынок;
- овладение основными подходами к расчету затрат и формированию бюджета на продвижение продукции

**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