

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль Менеджмент организации

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2020

Цель изучения дисциплины:

Цель изучения дисциплины «Маркетинг» состоит в содействии формированию у обучающихся профессиональных компетенций, необходимых для принятия эффективных маркетинговых решений.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение базовых понятий, основополагающих принципов и механизмов принятия эффективных маркетинговых решений;
- формирование прикладных знаний в области использования форм и методов маркетингового управления организацией с целью обеспечения ее конкурентоспособности;
- формирование навыков креативной реализации теоретических и прикладных знаний маркетинга в практической деятельности менеджера.

Перечень формируемых компетенций:

ПК-3 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

ПК-9 - способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Общая трудоемкость дисциплины: 7 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Зачет с оценкой