

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Образовательная программа «Цифровой маркетинг и цифровая логистика»

Отделение социально-экономических наук (О)

Цель дисциплины формирование у студентов системы знаний о маркетинге как науке и универсальном способе управления рыночной деятельностью, а также формирование умений, навыков и компетенций в проведении маркетинговых исследований рынка товаров и услуг, в освоении приемов и методов воздействия на рынок, принятия эффективных маркетинговых экономико-управленческих решений для достижения поставленных целей предприятия.

Задачи курса:

- объяснить необходимость развития и укрепления роли маркетинга в экономическом развитии страны;
- дать, в достаточном объеме, информацию об определении и основные понятия маркетинга, целях и принципах, функциях, видах, концепцию маркетинга, и факторах маркетинговой среды и их характеристики;
- развить аналитические навыки в вопросах и методах, алгоритмах и инструментах маркетинговых исследований, вариантов организации маркетинговой деятельности предприятий;
- развить уровень теоретического понимания этапов проведения маркетинговых исследований, сегментации и прогнозирования товарных рынков с использованием экономико-математических и экспертных методов;
- познакомить с исследовательскими данными, касающимися практики маркетинговой деятельности, с точки зрения разработки и обоснования бизнес-плана
- дать навыки при принятии маркетинговых управленческих решений в области реализации инновационных высокотехнологичных проектов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина реализуется в рамках обязательной части блока 1. общепрофессионального модуля, изучается на 2 курсе в 4 семестре

Общая трудоемкость дисциплины:

4 зачетных единицы 144 академических часа

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

ПК-6 - Способен владеть навыками продвижения на рынок инвестиционных проектов.

ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

ПК-4.1 - Способен проводить маркетинговые исследования

Индикаторы достижения компетенций:

З-ОПК-4 Знать: подходы к построению разделов бизнес-плана, методы идентификации предпринимательских рисков

У-ОПК-4 Уметь: выявлять новые рыночные ниши

В-ОПК-4 Владеть: технологиями разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса

З-ПК-6 Знать: способы стимулирования сбыта и внедрения на рынок инновационных продуктов

У-ПК-6 Уметь: анализировать рынок высокотехнологичной продукции и оценивать ее конкурентоспособность

В-ПК-6 Владеть: навыками применения методов стратегического анализа и планирования виды экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей

З-ПК-4.1 знать принципы маркетинга, методы маркетинговых исследований

У-ПК-4.1 уметь проводить интервью и опросы

В-ПК-4.1 владеть навыками составления портрета потребителя, обработки ответов
в ходе и опроса

Формы итогового контроля:

Экзамен.