

## Аннотация к рабочей программе по дисциплине «Маркетинг»

### **1. Цели освоения дисциплины**

Цель освоения дисциплины «Маркетинг» является ознакомление студентов с законами удовлетворения запросов потенциальных потребителей образовательных услуг в современных условиях функционирования рыночной экономики и изучение их адаптации к новым условиям хозяйствования, а также умение сформировать основы знаний ведения маркетинговой деятельности. Основные задачи дисциплины «Маркетинг» являются получение представлений обучающимся современной теории маркетинга; осознание объективной необходимости маркетинга в конкретных условиях российского рынка; развитие способностей идентификации маркетинговых проблем и методов их решения; обучение практическим навыкам маркетинговой деятельности.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Б1.Б.12

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций по данному направлению:

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

#### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

##### **знать:**

- содержание маркетинговой концепции управления; - методы маркетинговых исследований; - основы маркетинговых коммуникаций.

##### **уметь:**

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; - анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; - использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований; - ставить или решать задачи операционного маркетинга; - оценивать положение организации на рынке труда, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа организации как работодателя.

##### **иметь навыки и (или) опыт деятельности:**

- методами разработки и реализации маркетинговых программ; - методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; - навыками деловых коммуникаций.

### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

252( в часах) 7 з.е.

### **5. Формы контроля**

экзамен (2 семестр ) КР (2 семестр )