

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, набора общекультурных и профессиональных компетенций будущего бакалавра по направлению подготовки 38.03.01 "Экономика"

2. Место дисциплины в структуре ООП

Б1.Б.15

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

ПК-7 - способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет;

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

144(в часах) 4 з.е.

5. Формы контроля

экзамен (2 курс)