

**«Маркетинг»
АННОТАЦИЯ**

К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки: 27.03.05 ИННОВАТИКА

Направленность (профиль) Управление инновациями (по отраслям и сферам экономики)

	Форма обучения
	Очная
Курс	4
Семестр	7
Лекции, часы	30
Практические занятия, часы	14
Зачет, семестр	7
Контактная работа по учебной дисциплине, часов	44
Самостоятельная работа, часы	64
Всего часов/зачетных единиц	108/3

1 Цель учебной дисциплины

Целью дисциплины «Менеджмент» является – является приобретение знаний и умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей, разработке стратегий маркетинга, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности.

2 Планируемые результаты изучения дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

знать:

- цели, принципы, функции, объекты маркетинга;
- основные инструменты комплекса маркетинга;
- маркетинговую среду и её анализ;
- стратегию целевого маркетинга;
- методы сбора информации;
- подходы к организации деятельности маркетинговых служб.

уметь:

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- применять инструменты маркетинга;
- анализировать маркетинговую среду организации;
- принимать маркетинговые решения.

владеть:

- умениями и навыками организации маркетинговой деятельности и оценки ее эффективности.

3 Требования к освоению учебной дисциплины

Освоение данной учебной дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций

Коды формируемых компетенций	Наименования формируемых компетенций
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

4 Образовательные технологии:

При изучении дисциплины используется модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов. Формы проведения занятий:

- традиционные;
- проблемные / проблемно-ориентированные.