

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) Управление электронным бизнесом

	Форма обучения
	Очная
Курс	2
Семестр	3
Лекции, часы	34
Практические занятия, часы	34
Экзамен, семестр	3
Контактная работа по учебным занятиям, часы	68
Самостоятельная работа, часы	76
Всего часов / зачетных единиц	144 / 4

1 Цель дисциплины

Формирование у обучающихся знаний в области маркетинга и его методологии, а также умений и навыков ее использования в практической деятельности в условиях современной экономики.

2 Планируемые результаты изучения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

- знать: теоретические основы и концепции маркетинга; принципы и процедуры информационного обеспечения маркетинга; среду маркетинговой деятельности; классификацию рынков и особенности поведения покупателей на них; методы сегментации рынков и позиционирования товаров; содержание и принципы осуществления товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики; инструментарий планирования, управления и контроля в сфере маркетинговой деятельности; особенности международного маркетинга; сущность электронного маркетинга;

- уметь: проводить маркетинговые исследования; анализировать рыночную среду и покупательское поведение; сегментировать рынки и позиционировать товары на них; обосновывать необходимость создания новых товаров с нужными для целевого рынка свойствами; формировать цены на различные товары и ценовые стратегии; обосновывать выбор эффективных форм и каналов продаж; осуществлять продвижение товаров на внутренних и международных рынках;

- владеть: навыками проведения маркетингового анализа рынка и стратегического маркетингового планирования; навыками разработки комплекса маркетинга для определенного товара.

3 Требования к освоению дисциплины

Освоение дисциплины должно обеспечивать формирование следующих компетенций:

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

ПК-7. Способен осуществлять подбор инструментов и разрабатывать комплексную программу продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

4 Образовательные технологии

Мультимедийные презентации, проблемные / проблемно-ориентированные практические занятия.