

Аннотация дисциплины «Маркетинг»

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – формирование у слушателей целостной системы знаний о содержании маркетинга, понимания комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды; способности применять основной инструментарий маркетинга.

Задачи курса:

- овладение понятийным и категориальным аппаратом в области маркетинга;
- изучение основных принципов и методов формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации;
- формирование умения сегментировать рынок, позиционировать товары и определять ключевые факторы успеха на выбранных целевых рынках.

1.2. Связь с другими дисциплинами

Дисциплина относится к разделу 2 «Профессиональное ядро», обеспечивающее экономическую и организационно-управленческую подготовку слушателя.

Курс «Маркетинг» основан на изучении таких дисциплин, как: «Основы экономики в условиях цифровизации», «Экономика фирмы».

Курс «Маркетинг» способствует изучению таких дисциплин и курсов как: «Исследование и анализ рынка», «Интернет-предпринимательство», «Современные практики управления предприятием (мини-стажировки)», «Создание и развитие нового бизнеса (бизнес-семинар, мастер-классы на предприятиях и в организациях)», «Подготовка и защита ВКР».

1.3. Трудоемкость изучения курса

Количество часов							
Всего	Аудиторных	В том числе		Самостоятельная работа	В том числе		Активные методы обучения
		Очные	Дистанционные		Электронное обучение	Прочая самостоятельная работа	
22	16	16		6	2	4	8

Форма итогового контроля: экзамен.

1.4. Форма обучения и форма организации образовательного процесса

Форма обучения: очно-заочная.

Программа реализуется в смешанной форме интерактивных лекций, дискуссионного семинара и дистанционных образовательных технологий.

Активные методы обучения предусматривают решение деловых ситуаций (кейсов).