

АННОТАЦИЯ Дисциплины Основы маркетинга

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – формирование у слушателей целостной системы знаний о содержании маркетинга, понимания основных понятий маркетинга и комплексной маркетинговой деятельности предприятия в рыночных условиях.

Задачи курса:

- овладение понятийным и категориальным аппаратом в области маркетинга;
- изучение основных принципов и методов формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организации;

1.2. Связь с другими дисциплинами

Дисциплина относится к разделу 1 «Пререквизиты», к блоку дисциплин, предусматривающих первоначальную подготовку слушателей, не имеющих базовой экономической подготовки.

Курс «основы маркетинга» способствует изучению таких дисциплин и курсов как: «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», «Бренд менеджмент», «Управление ценовой политикой организации», «Управление продажами», «Управление системой маркетинговых коммуникаций» и другие.

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	
10	4	2	2	6	2	4	2

Форма итогового контроля: зачет.

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).