

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Макаренко Елена Николаевна
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 20.04.2021 13:39:09
 Уникальный программный ключ:
 c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Маркетинг

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 27.03.02_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
Неделя	18			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	36	36	36	36
Лабораторные	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	18	18	18	18
Итого ауд.	72	72	72	72
Контактная	72	72	72	72
Сам. работа	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с теоретическими основами и современными подходами к организации эффективного маркетинга в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры.
1.2	Задачи: изучение сущности, основных принципов и функций маркетинга; рассмотрение основных концепций маркетинга; исследование маркетинговой среды и ее структуры; изучение комплекса маркетинга и методов маркетинговых исследований; выявление особенностей организации, управления и контроля маркетинговой деятельности.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

Знать:

основы маркетинговой деятельности в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры

Уметь:

применять методы маркетинговой деятельности в процессе управления качеством товаров и услуг

Владеть:

методами анализа экономической и маркетинговой информации

ПК-2: способностью применять знание этапов жизненного цикла изделия, продукции или услуги

Знать:

основы теории жизненного цикла товара

Уметь:

управлять жизненным циклом изделия, продукции или услуги

Владеть:

методами рационального продления жизненного цикла изделия, продукции или услуги