

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.05.2023 17:31:54

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Маркетинговая деятельность в условиях глобализации

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план z38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **заочная**

## Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лабораторные	12	12	12	12
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная работа	12	12	12	12
Сам. работа	92	92	92	92
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- |     |  |
|-----|--|
| 1.1 | Цель изучения дисциплины: формирование у магистрантов комплекса знаний, умений и навыков, связанных с маркетинговой деятельностью в условиях глобализации. |
|-----|--|

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

**ПК-1: Способен формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга**

**ПК-3: Способен проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

#### Знать:

основы и методы формирования и осуществления маркетинговых программ с использованием современных инструментов комплекса маркетинга (соотнесено с индикатором ПК-1.1)  
знать методы проведения научных исследований, разработки на их базе стратегий продвижения проекта и осуществления исследований эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

#### Уметь:

формировать и осуществлять маркетинговые программы с использованием маркетинговых инструментов, - от коммуникаций до ценовой политики и места продаж товаров и услуг (соотнесено с индикатором ПК-1.2)  
проводить научные исследования, разрабатывать на их основе стратегию продвижения проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК-3.2)

#### Владеть:

разработки и реализации маркетинговых программ с использованием с использованием современных маркетинговых инструментов (соотнесено с индикатором ПК-1.3)  
навыками проведения научных исследований, навыками разработки на их основе стратегии продвижения проекта и владеть способностью осуществления исследования эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК-3.3)