

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.04.2024 16:13:27

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Управление маркетинговой деятельностью компаний

Закреплена за кафедрой **Общий и стратегический менеджмент**

Учебный план 38.04.02.08_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	Неделя		Итого	
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 формирование у студентов способности управлять маркетинговой деятельностью компаний и осуществлять изменения маркетинговых решений с учетом трансформации внешней среды

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

ПК-1: Способен управлять изменениями в организации с учетом трансформации внешней среды

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

методы управления маркетинговой деятельностью компаний(соотнесено с индикатором ПК-1.1)

Уметь:

использовать методы управления маркетинговой деятельностью компаний, осуществлять выбор необходимых методов (соотнесено с индикатором ПК-1.2)

Владеть:

методами управления маркетинговой деятельностью и программами развития маркетинга, их адаптацией к изменениям внешней среды и способами реализации маркетинговых целей (соотнесено с индикатором ПК-1.3)