

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.04.2024 13:31:34

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

# Маркетинговая деятельность в условиях глобализации

Закреплена за кафедрой **Маркетинг и реклама**

Учебный план 38.04.06.02\_1.plx

Форма обучения **очная**

## Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лабораторные	40	40	40	40
Итого ауд.	40	40	40	40
Контактная работа	40	40	40	40
Сам. работа	68	68	68	68
Итого	108	108	108	108

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цель изучения дисциплины - формирование обучающихся комплекса знаний, умений и нав, нестабильности рыночной экономики, трансформации экономических, политических и геополитических условий развития бизнеса.
-----	--

## 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:**

методики формирования и осуществления маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга (соотнесено с индикатором ПК-1.1)  
основы проведения исследования, разработки на их основе стратегии продвижения проекта и осуществления исследования эффективности реализации с использованием ИКТ (соотнесено с индикатором ПК-3.1)

#### **Уметь:**

формировать и осуществлять маркетинговые программы на основе ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятия (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:**

владеть навыками разработки и осуществления маркетинговых программ с использованием инструментов ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-1.3)  
владеть опытом 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-3.3)