

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

Стратегический маркетинг

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 на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	Неделя		15 2/6	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	56	56	56	56
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1.1 Цели изучения дисциплины – формирование у магистрантов знаний, практических навыков и умений в разработке и реализации маркетинговых стратегий на основе расширения познавательного поля применения маркетингового инструментария, а также усвоения основных принципов и подходов к стратегической маркетинговой деятельности.

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

ПК-2: Способен формировать маркетинговую стратегию, планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

методику формирования маркетинговой стратегии, основы планирования и контроля ее осуществления в профессиональной деятельности (соотнесено с индикатором ПК-2.1)

Уметь:

находить современные решения по формированию маркетинговой стратегии, ее планирования и контроля в маркетинговой деятельности организации (соотнесено с индикатором ПК-2.2)

Владеть:

владеть опытом работы по формированию и развитию маркетинговой стратегии в профессиональной деятельности, а также ее планирования и контроля (соотнесено с индикатором ПК-2.3)