Направление подготовки: Экономика, бакалавриат, очное обучение

Б1.В9 Маркетинг

Аннотация

Трудоемкость: 4 ECTS, 144академических часа.

Форма контроля: зачет.

Краткое содержание: Курс системно раскрывает базовые понятия, проблемы и инструменты маркетингового подхода к управлению, построения маркетинговых стратегий фирм, реализации основных функций маркетинга. Нацелен на формирование знаний теории, принципов, технологий и инструментов маркетинга применительно к современным условиям.

Учебная задача: сформировать у слушателей базовые представления о маркетинге как системе управленческой деятельности, ориентированной на работу в рыночных условиях.

Курс нацелен как на теоретическую подготовку, так и на формирование практических навыков по составлению маркетинг-плана, проведению маркетинговых исследований, управлению маркетингом.

Взаимосвязь с другими дисциплинами специальности: Дисциплина «Маркетинг» относится к вариативной части профессионального цикла и взаимосвязана с другими дисциплинами учебного плана, в частности с предметами «Микроэкономика», «Психология», «Менеджмент».