

АННОТАЦИЯ

«Маркетинг»

Ожидаемые результаты	Учебная дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями: ОПК-2 (способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений); ПК-1 (умение определять приоритеты профессиональной деятельности, разрабатывать и эффективно исполнять управленческие решения, в том числе в условиях неопределенности и рисков, применять адекватные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения).
Содержание курса	Маркетинг как управленческая концепция. Маркетинговые решения на корпоративном уровне. Маркетинговые решения на функциональном уровне. Маркетинговые решения по товару. Маркетинговые решения по цене. Маркетинговые решения по распределению. Маркетинговые решения по продвижению. Маркетинговые решения по формированию партнерских отношений. Маркетинговая организация. Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение. Маркетинговое планирование и контроль. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности.
Промежуточная аттестация	Зачет