

АННОТАЦИЯ «Маркетинг»

Ожидаемые результаты	Учебная дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями: ОК-3 (способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности); ОК-4 (способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия); ПК-8 (способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии); ПК-10 (способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии); ПК-29 (способность осуществлять оперативное планирование продаж, организовывать розничные продажи, реализовывать различные технологии продаж в страховании, анализировать эффективность каждого канала продаж).
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 с оценкой