

Направление подготовки: Менеджмент, бакалавриат, очное обучение

Дисциплина: Маркетинг

Аннотация

Трудоемкость: 6 ECTS, 216 академических часа.

Форма итогового 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.