

# Б1.В.09 Маркетинг и менеджмент

Объем дисциплины (модуля) 3 ЗЕТ (108 час)

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины - формирование у обучающихся знаний основ теории маркетинга и менеджмента, умений анализировать управленческую теорию и практику и маркетинговую деятельность современных организаций, навыков решения конкретных управленческих и маркетинговых задач.

Задачи дисциплины: формирование у обучающихся знаний характерных черт современного маркетинга и менеджмента, умений анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации с целью построения эффективных структур управления; навыков использования маркетинговых инструментов.

## ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

**УК-3:** Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

**УК-3.1:** Знает принципы и методы командообразования

**УК-6:** Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

**УК-6.1:** Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей

**УК-9:** Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

**УК-9.3:** Применяет экономические знания в организации, планировании и управлении в профессиональной деятельности

**УК-9.2:** Понимает экономические процессы, происходящие в обществе, анализирует тенденции развития экономики

**ПК-2.1:** Способен планировать и проектировать фундаментальное и прикладное социологическое и маркетинговое исследование, разработать его дизайн и методическую стратегию с учетом специфики исследования рынков, в т.ч. в сети «Интернет»

**ПК-2.1.5:** Осуществляет маркетинговое исследование в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

**ПК-2.3:** Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

**ПК-2.3.3:** Разрабатывает предложения по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности

**ПК-2.3.1:** Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

**Знать:** эволюцию и концепцию маркетинга, его структуру и базовые маркетинговые стратегии; сущность, эволюцию и характерные черты современного менеджмента, историю его развития, цикл и функции менеджмента, роль коммуникации в системе управления

**Уметь:** анализировать тенденции бизнес-среды и оценивать степень их воздействия на маркетинговые решения компании; разработать план маркетинга, провести анализ преимуществ и недостатков каналов продвижения; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; использовать маркетинговый инструментарий для повышения результативности деятельности компании

**Владеть:** методами анализа и решения конкретных маркетинговых задач; методиками оценки эффективности стратегии продвижения, навыками сравнительного анализа методов и инструментов управления, стиля управления и приемов коммуникации в организации.

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Основы маркетинга

Раздел 2. Основы менеджмента