

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.09 МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Наименование образовательной (магистерской) программы: *Учет, анализ, аудит*

Код и наименование направления подготовки: *38.04.01 Экономика*

Форма обучения: *заочная*

Планируемые результаты освоения дисциплины: *способен проводить анализ рынка и положения организации в рамках принятия стратегических решений: знает основы стратегии и тактики маркетинга; способен разрабатывать стратегию и тактику маркетинга; владеет навыками анализа оценки эффективности маркетинговой деятельности. Способен подготавливать аналитические отчеты в целях разработки инвестиционной стратегии с применением методов маркетингового анализа и современных компьютерных технологий: использует методологию маркетинга для формирования стратегий предприятия и оценки их эффективности с учетом отраслевой принадлежности предприятия; использует методы формирования товарного ассортимента; методы расчета цены продукции и ее корректирования с учетом особенностей товарного ассортимента, психологического восприятия цен, транспортных затрат, инфляции; методы выбора каналов сбыта, вида торгового посредника; методы коммуникации средствами рекламы, пропаганды, личной продажи, стимулирования сбыта.*

Объем дисциплины: *общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ (72 часа); лекции- 4 часа; практика – 6 часов; самостоятельная работа – 58 часов; контроль- 4 часа.*

Структура дисциплины: *Тема 1. Введение. Организация службы маркетинга. Тема 2. Информационное обеспечение маркетинговых решений. Тема 3. Разработка стратегических решений в организации. Тема 4. Разработка комплекса маркетинг-микс по товару предприятия. Тема 5. Оценка эффективности рыночной деятельности. Технология бенчмаркинга. Тема 6. Специфика рыночной деятельности в отдельных отраслях экономики.*

Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Основная литература.

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019> (дата обращения: 28.05.2023).
2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство

Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536534>