

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 11.10.2023 17:16:17
 Уникальный программный ключ:
 8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Современный маркетинг

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Устойчивое развитие бизнеса: управление и современный маркетинг
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма(-ы) обучения	очно-заочная

Учебная дисциплина «Современный маркетинг» изучается третьем семестре.
 Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрено.

1.1. Форма промежуточной аттестации
 экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Современный маркетинг» относится к обязательной части программы.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями освоения учебной дисциплины «Современный маркетинг» являются:

- приобретение студентом теоретических знаний и практических навыков в области современного маркетинга, а именно, развития и функционирования внутреннего и латерального маркетинга, маркетинга взаимоотношений, цифровых технологий маркетинга;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые	ИД-ОПК-4.1 Классификация стратегий развития, определение методов поиска идей о новых направлениях деятельности организации	– Понимает роль и значение клиентоориентированности организации и ее персонала, степени вовлеченности клиентов в создание инновационных направлений деятельности и знает различные подходы к оценке уровня клиентоориентированности; – Знает современные виды
	ИД-ОПК-4.2 Оценка новых рыночных возможностей с учетом обеспеченности организации	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ресурсами и имеющимися компетенциями	маркетинга и их технологии и умеет их использовать для поиска новых рыночных возможностей организации
ПК-3 Способен формировать маркетинговую стратегию организации	ИД-ПК-3.2 Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития с учетом современных маркетинговых технологий	<ul style="list-style-type: none"> – Классифицирует функциональные стратегии маркетинга и анализирует особенности маркетинга на рынке B2B и B2C в области товарной, сбытовой, ценовой и коммуникативной политики; – Различает и оценивает производственный и потребительский потенциал рынка; – Различает понятия внешнего и внутреннего маркетинга и умеет оценивать их уровень; – Применяет современные виды маркетинговых исследования для разработки маркетинговой стратегии организации
	ИД-ПК-3.4 Выявление перспективных направлений совершенствования маркетинговой деятельности организации	

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения –	5	з.е.	180	час.
----------------------------------	---	------	-----	------