**Наименование учебной дисциплины:**

**«Управление маркетингом»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование специальности** | 7-06-0412-01 Менеджмент |
| **Курс обучения** | 1 |
| **Семестр обучения** | 1 |
| **Количество аудиторных часов:** | 36 |
| **Лекции**  **Семинарские занятия**  **Практические занятия**  **Лабораторные занятия** | 16 |
|  |
| 20 |
|  |
| **Форма промежуточной аттестации (*зачет/ дифференцированный зачет/экзамен*)** | Зачет |
| **Количество зачетных единиц** | 3 |
| **Формируемые компетенции** | Освоение учебной дисциплины «Управление маркетингом» должно обеспечить формирование специализированных компетенций: позиционировать компанию на рынке и формировать конкурентные преимущества организации, организовывать функцию маркетинга в компании, разрабатывать и организовывать реализацию маркетинговых планов и программ. |
| **Краткое содержание учебной дисциплины:**  «Управление маркетингом» ­– это учебная дисциплина, освоение которой включает работу по следующим направлениям:  - изучение теоретических основ управления маркетингом в организации;  - изучение методов стратегического маркетинга и формирования конкурентных преимуществ;  - формирование навыков планирования и организации маркетинговой деятельности;  - формирование навыков разработки маркетинговой стратегии организации. | |