**Аннотация рабочей программы**

**МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки (специальность) – **Менеджмент**

**Цель изучения дисциплины –** формирование и развитие предпринимательских умений и навыков для определения и реализации возможностей в современной рыночной среде и для устранения основных проблем, стоящих перед предпринимателями малого и среднего бизнеса в области маркетинга, современных маркетинговых технологий и стратегий.

**Формируемые знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины**

**Знать**:

* основные понятия, принципы и концепции современного маркетинга для малого и среднего бизнеса;
* содержание маркетингового процесса, направленного на предоставление ценности клиентам;
* методические подходы к решению маркетинговых задач;
* основы организации маркетинговой деятельности фирмы;
* роль в малом и среднем бизнесе;
* основные особенности маркетинга в малом и среднем бизнесе в России и на мировом рынке.

**Уметь:**

* использовать полученные теоретические знания для анализа проблем и ситуаций для обоснования маркетинговых рекомендаций при решении бизнес-ситуаций для компаний малого и среднего бизнеса.

**Владеть:**

* навыками анализа маркетинговых проблем и обоснования рекомендаций по их решению;
* навыками самостоятельной работы с источниками маркетинговой информации в контексте малого и среднего бизнеса в условиях многозадачности.

**Содержание дисциплины**

|  |
| --- |
| Роль маркетинга в малом и среднем бизнесе. |
| Стратегический маркетинг. |
| Разработка клиентоориенторованной маркетинговой стратегии. |
| Маркетинговые коммуникации. |
| Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. |

**Виды учебной работы:** лекции, семинарские и практические занятия.

**Образовательные технологии**: имитационные - ролевые и деловые игры, тренинги, игровое проектирование, компьютерная симуляция, ситуация-кейс и т.д., и не имитационные технологии: лекция (проблемная, лекция-визуализация и др.), дискуссия, программированное обучение и др..