

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор: Шепелевич С.С., доцент

Направление подготовки: Экономика и управление на предприятии

Наименование дисциплины: Управление затратами и контролинг

Цель освоения дисциплины:

формирование у обучающихся четкого представления о маркетинге как о концепции внутрифирменного управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности, направленной на решение задач фирмы по организации производства и предложения на рынке товаров и услуг, в наибольшей степени удовлетворяющих потребности активных и потенциальных покупателей

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

– цели, принципы, функции, объекты, средства и методы маркетинга, сегментацию рынка, маркетинговую среду и ее анализ, этапы маркетинговых исследований, организацию деятельности маркетинговых служб, стратегии маркетинга.

Содержание дисциплины:

1. Основные понятия маркетинга
2. Маркетинговая среда организации
3. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга

Общая трудоемкость дисциплины: 38 часов, в том числе 14 аудиторных.