

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Продвижение товаров и услуг»

Дисциплина «Продвижение товаров и услуг» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

#### Цели и задачи дисциплины

Цели: формирование у студентов комплексного представления о целях, методах и инструментах продвижения и коммуникаций  
Задачи: • формирование у студентов знаний о роли стратегии продвижения в успешной работе предприятия; современных подходах к способам донесения конкурентного преимущества; методах формирования и реализации стратегии продвижения и коммуникаций; • формирование умения анализировать стратегические возможности организации в области продвижения и коммуникаций, разрабатывать программы продвижения и оценивать их эффективность. • формирование навыков конкурентоспособности и стратегических возможностей организации в целях разработки и осуществления эффективной программы продвижения..

#### Изучаемые объекты дисциплины

- потребитель на рынке B2B и B2C, - процесс принятия решения о покупке потребителями, - внешние, внутренние и ситуационные факторы влияния на поведение потребителей..

#### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	14	14
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет	9	9
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

## Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				
Стратегические вопросы организации процесса продвижения	5	0	12	30
Тема 8. Тренды продвижения и рекламы Тема 9. Организация и управление процессом продвижения, затраты, Тема 10. Эффективность и результативность				
Концепция продвижения и специфика продвижения в отраслях	4	0	12	30
Тема 1. Роль продвижения в общей стратегии компании. Тема 2. Сущность услуг и особенности их продвижения Тема 3. Особенности продвижения на рынке B2B.				
Основные инструменты продвижения товаров и услуг	5	0	12	30
Тема 4. Рекламоносители - суть и роль в продвижении. Тема 5. Основные вопросы разработки текстов и заголовков в продвижении. Тема 6. Малобюджетные способы продвижения Тема 7. Нестандартные методы продвижения				
<b>ИТОГО по 5-му семестру</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>90</b>
<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>90</b>