

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины «Математические модели маркетинга»**

Дисциплина «Математические модели маркетинга» предназначена для студентов направления подготовки 01.03.04 «Прикладная математика», профиль «Математические методы в экономике».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Дисциплина реализуется на 3-м курсе в 1-м семестре. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Особенности построения курса: практические занятия (36 часов) лабораторные работы (36 часов), самостоятельная работа (108 часов), подготовка к экзамену (36 часов).

**Целью** освоения дисциплины является формирование у студентов понимания специфики маркетинговой деятельности на внешних рынках; особенностей осуществления маркетинговых исследований зарубежных рынков; приемов, методов и инструментария маркетинга, используемых транснациональными компаниями; основных стратегий выхода международных компаний на внешние рынки.

### **Задачи:**

- выявить специфику осуществления маркетинговых исследований зарубежных рынков; особенности оценки спроса и исследования потребителей;
- изучить особенности разработки функциональных стратегий (товарной, ценовой, распределительной и коммуникативной) для обеспечения конкурентных преимуществ международной компании;
- изучить практические маркетинговые приемы ведущих мировых ТНК по выходу на зарубежные рынки;
- выявить особенности, преимущества и недостатки основных стратегий выхода международной компании на внешние рынки;

- исследовать проблемы и перспективы выбора рациональных форм международной маркетинговой деятельности отечественных предприятий в посткризисных условиях.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные, профессиональные компетенции (элементы компетенций).

<b>Код и формулировка компетенции</b>	<b>Этапы формирования компетенции</b>	
ПК-7-способностью определять экономическую целесообразность принимаемых технических и организационных решений	Знает	средства и методы разработки маркетинговых бизнес-проектов
	Умеет	обрабатывать, анализировать и систематизировать информацию по многопрофильной маркетинговой деятельности
	Владеет	способами принятия организационных решений при реализации маркетингового плана и стратегии