

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Математические модели маркетинга» предназначена для студентов направления подготовки 01.04.04 «Прикладная математика», магистерская программа «Математические и инструментальные методы в социально-экономических системах».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Дисциплина реализуется на 2-м курсе во 2-м семестре. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Особенности построения курса: лабораторные работы (33 часа), самостоятельная работа (147 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).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-8 - способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знает	закономерности функционирования современной экономики
	Умеет	анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты
	Владеет	методологией экономического исследования
ОК-9 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знает	мировоззренческие проблемы социальной и этической ответственности с точки зрения современных научных парадигм
	Умеет	делать осмысленные и обоснованные выводы на основе современной научной и учебной литературы и результатов экспериментов
	Владеет	навыками приобретения умений и знаний в нестандартных ситуациях
ОК-10 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знает	методы приобретения новых знаний с использованием современных информационных технологий
	Умеет	самостоятельно обучаться новым методам исследования
	Владеет	приемами выбора методов, наиболее подходящих к выбранной области исследования
ОПК 2 - способность разрабатывать эффективные математические методы решения задач естествознания, техники, экономики и управления	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