

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.02 – Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся целостного профессионального мировоззрения в области управления деятельностью организации на основе маркетингового подхода, а также освоение методологического инструментария и аналитических методов сбора, обработки и интерпретации информации для принятия обоснованных управленческих решений и стратегического планирования, включая специфику цифровой среды и интернет-маркетинга.

Основными задачами дисциплины являются:

- изучение комплексной деятельности предприятия, действующего на принципах маркетинга с учетом внешней и внутренней среды;
- получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;
- изучение элементов комплекса маркетинга и управление ими;
- освоение навыков формирования бюджета маркетинга;
- формирование умений разрабатывать программы продвижения организации, ее товаров и услуг, в т.ч. в сети Интернет с использованием цифровых технологий.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (180 академических часа(ов)).