

**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: 38.03.01 – Экономика

Направленность (профиль): Экономика предприятий и организаций

Форма обучения: Очная

Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины является:

формирование у обучающихся целостного профессионального мировоззрения, основанного на философии маркетинга как технологии создания потребительской ценности, позволяющего осмысленно анализировать рыночную среду, выявлять и удовлетворять потребности целевых аудиторий, принимать обоснованные управленческие решения и выстраивать устойчивые взаимоотношения с потребителями в условиях динамичной социально-экономической реальности.

Основными задачами курса дисциплины являются:

- изучение комплексной деятельности организации, функционирующей на принципах маркетинга, с учётом факторов внешней и внутренней среды;
- получение навыков сегментации рынка и выбора целевых аудиторий на основе демографических, психографических и поведенческих критериев;
- освоение методов позиционирования товара/услуги для формирования конкурентного преимущества в сознании потребителя;
- овладение навыками проведения маркетинговых исследований: сбора, обработки и интерпретации первичной и вторичной информации;

- формирование умений разрабатывать товарную политику с учётом жизненного цикла продукта и потребностей целевых сегментов;
- приобретение компетенций в оценке экономической эффективности маркетинговых мероприятий и обосновании бюджета;
- изучение цифровых инструментов маркетинга и получение навыков их применения для повышения вовлечённости и лояльности потребителей.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).