АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.1 «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Направление подготовки *38.03.02.* «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль «Маркетинг в цифровой среде»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Предпринимательская деятельность» является углубление теоретических знаний в области маркетингового обеспечения деятельности предприятия на рынке и освоение практических навыков маркетинговой деятельности. Обучающиеся должны освоить теоретические аспекты изучения рынков, методы ценообразования и получить практические навыки проведения исследований, анализа, представления и использования полученной информации.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* изучение основ предпринимательской деятельности;
* изучение организации системы сбыта и товародвижения;
* изучение основ планирования оптовых продаж;
* изучение основ планирования розничных продаж;
* изучение принципов и методов проведения деловых переговоров;
* изучение корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность;
* изучение современные правила и стандарты составления технической документации;
* формирование умения составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров;
* формирование умения выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ;
* формирование умения вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами);
* формирование умения составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| Компетенция | Индикатор компетенции |
| --- | --- |
| **ПК-1.** Организация маркетинговых исследований в области СМИ | ПК-1.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность |
| ПК-1.2.3. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) |
| ПК-1.2.4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров |
| ПК-1.2.5. Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ |
| ПК-1.2.6. Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований. |
| **ПК-2** Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | ПК-2.1.1. Знает организацию системы сбыта и товародвижения. |
| ПК-2.1.2. Знает основы планирования оптовых продаж. |
| ПК-2.1.3. Знает основы планирования розничных продаж |
| **ПК-8**. Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | ПК-8.1.1. Знает основы предпринимательской деятельности |
| **ПК-9**. Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-9.1.1. Знает принципы и методы проведения деловых переговоров. |
| ПК-9.1.3. Знает современные правила и стандарты составления технической документации |

**4. Содержание и структура дисциплины**

1 Теоретические основы предпринимательской деятельности

2 Сфера предпринимательской деятельности

3 Организация системы сбыта и товародвижения

4 Договорные обязательства в предпринимательстве

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 16 час.

практические занятия – 32 час.

самостоятельная работа – 24 час.

контроль знаний - 36

форма контроля знаний - экзамен