

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 26.04.2024 12:20:10  
Уникальный идентификатор:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

## Аннотация рабочей программы дисциплины B2B маркетинг

### основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

### Направленность (профиль) Диджитал маркетинг

**1. Цели изучения дисциплины** усвоение обучающимися системы знаний о B2B маркетинге как науке, виде деятельности, универсальном способе управления функционированием и развитием субъектов рыночной экономики.

### **2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «B2B маркетинг» относится к элективным дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

### **3. Результаты освоения дисциплины: формируемые компетенции и индикаторы их достижения**

| Код и наименование компетенции                                                                                                             | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)                                                                                  | Код и наименование результата обучения по дисциплине                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                                          | 2                                                                                                                                           | 3                                                                                                                       |
| ПКС-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга | ПКС-2.1<br>Осуществляет сбор, обработку и анализ маркетинговой информации                                                                   | Знать 3.1. нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность                                           |
|                                                                                                                                            | ПКС-2.2<br>Применяет методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга | Уметь У.1. систематизировать и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации                   |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                             | Владеть В.1. процессом планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации                  |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                             | Уметь У.2. проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                             | Владеть В.2. процессом формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации            |

**4. Общая трудоемкость дисциплины**  
составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

**5. Форма промежуточной аттестации**  
очная форма обучения: зачет – 8 семестр.  
заочная форма обучения: зачет – 9 семестр

Заведующий кафедрой  
Маркетинга и муниципального управления  
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 6FA44C50384686A8E7BD5E27735179BC  
Владелец: Ефремова Вероника Васильевна  
Действителен: с 14.06.2022 до 07.09.2023

М.Л. Белоножко

## Лист согласования

Внутренний документ "B2B маркетинг\_2022\_42.03.01\_ДМб"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

| Серийный номер ЭП | Должность                                                      | ФИО                               | ИО                                   | Результат   |
|-------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------|
|                   | Специалист 2 категории                                         |                                   | Зорина Мария Ивановна                | Согласовано |
|                   | Директор                                                       | Каюкова Дарья<br>Хрисановна       |                                      | Согласовано |
|                   | Директор института                                             | Воронин Александр<br>Владимирович | Харитоновна Татьяна<br>Александровна | Согласовано |
|                   | Заведующий кафедрой,<br>имеющий ученую степень<br>доктора наук | Белоножко Марина<br>Львовна       |                                      | Согласовано |