

Аннотация к дисциплине

<b>Название дисциплины</b>	<b>Маркетинг</b>
<b>Направление подготовки (специальность)</b>	<b>38.03.01 Экономика</b>
<b>Направленность (профиль/программа/специализация)</b>	Экономика и управление
<b>Место дисциплины</b>	Обязательная часть Блока 1. Дисциплины (модули)
<b>Трудоемкость (з.е. / часы)</b>	5 з.е./180 часов
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Цели: изучение студентами сущности маркетинга, его роли и места в деятельности предприятия в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия.
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач
<b>Содержание дисциплины (основные разделы и темы)</b>	Современная концепция маркетинга. Маркетинговые исследования. Комплексное исследование рынка. Среда организации. Покупательское поведение. Сегментация рынка и позиционирование. Маркетинговые стратегии. Формирование товарной политики. Разработка ценовой политики. Система распределения и товародвижения. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Организация деятельности маркетинговой службы. Планирование маркетинга. Международный маркетинг. Маркетинг услуг и других сфер деятельности.
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Экзамен