

Аннотация к дисциплине

Название дисциплины	Маркетинг
Направление подготовки (специальность)	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль/программа/специализация)	Производственный менеджмент
Место дисциплины	Обязательная часть Блока 1. Дисциплины (модули)
Трудоемкость (з.е. / часы)	3 з.е./108 часов
Цель изучения дисциплины	Цели: изучение студентами сущности маркетинга, его роли и места в деятельности предприятия в качестве инструмента по достижению бизнес целей предприятия.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;
Содержание дисциплины (основные разделы и темы)	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.
Форма промежуточной аттестации	Зачет