

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	«Маркетинг»
Формируемые компетенции (части компетенций)	ОПК-4
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - изучение потребительского поведения, нужд и потребностей рынка; - ознакомление с системой маркетинговой информации предприятия и способах её получения, обработки и анализа; - изучение конкурентной среды; - ознакомление с методами сегментирования рынка и позиционирования на нем; - овладение практическими инструментами принятия маркетинговых решений по продукту; - овладение необходимыми навыками для разработки и реализации комплекса маркетинга организации
Основные разделы / темы дисциплины	<p>Раздел 1. Теоретические основы маркетинга.</p> <p>Раздел 2. Маркетинговая система предприятия.</p> <p>Раздел 3. Маркетинговая деятельность предприятия.</p> <p>Раздел 4. Стратегический маркетинг</p>
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	«4» зач. ед., «144» акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежуточная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
5	24	24	-	96	-	-	