

### Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг
Формируемые компетенции (части компетенций)	ПК-1 ОПК-4
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение потребительского поведения, нужд и потребностей рынка;</li> <li>- ознакомление с системой маркетинговой информации предприятия и способах её получения, обработки и анализа;</li> <li>- изучение конкурентной среды;</li> <li>- ознакомление с методами сегментирования рынка и позиционирования на нем;</li> <li>- овладение практическими инструментами принятия маркетинговых решений по продукту;</li> <li>- овладение необходимыми навыками для разработки и реализации комплекса маркетинга организации</li> </ul>
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 академ. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежуточная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
	5	16	8	-	120	-	-