

Аннотация дисциплины

| | |
|---|---|
| Наименование дисциплины | Маркетинг |
| Формируемые компетенции (части компетенций) | ПК-1 |
| 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 туристской 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 | 32 | 32 | - | 80 | - | - | |

Очно-заочная 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 | | | |
| 4,5 | 10 | 6 | - | 128 | - | - | |