

## Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг						
Формируемые компетенции	ОПК-2 ПК-1						
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 способами 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 туристской организации</li> </ul>						
Основные разделы / темы дисциплины	Раздел 1 Теоретические основы маркетинга. Раздел 2 Маркетинговая система предприятия. Раздел 3 Маркетинговая деятельность предприятия. Раздел 4 Стратегический маркетинг						
Форма промежуточной аттестации	Зачёт с оценкой						
Общая трудоемкость дисциплины	4 зач. ед., 144 акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
5	32	32		80		144	