

**Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Маркетинг»**

Целями освоения учебной дисциплины «Маркетинг» являются приобретение знаний и умений по выявлению, формированию и удовлетворению потребностей потребителей, их всестороннему изучению, представлению результатов аналитической и исследовательской работы в виде отчета или исследования для принятия грамотных управленческих, формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Маркетинг» входит в блок обязательных дисциплин (блок Б1.2) подготовки студентов по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Изучение дисциплины «Маркетинг» базируется на положениях следующих дисциплин: «Основы межличностного и делового взаимодействия», «Экономическая теория», «Основы учебно-исследовательской деятельности в туристской индустрии», «Человек и его потребности».

Основные положения данной дисциплины могут быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Бизнес планирование», «Организация и планирование деятельности предприятий», «Конкретоспособность организаций», «Репутационный менеджмент», а также при работе над выпускной квалификационной работой.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студентов:

Студент должен:

Знать: основные экономические понятия, законы и теории, макро- и микроэкономические показатели, организационно-правовые формы предприятий, методы сбора и обработки деловой информации; методы управления товарными и информационными потоками; принципы, функции и методы менеджмента, технику ведения переговоров, деловой переписки.

Уметь: применять основные законы и положения социальных, гуманитарных, экономических дисциплин.

Владеть: основными понятиями, определенными в предшествующих дисциплинах, экономическими, социологическими и управленческими методами профессиональной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 252 часа.

Программой дисциплины предусмотрены: лекции (4 часа), практические занятия (12 часов), самостоятельная работа студента (240 часов).

Дисциплина изучается в 4 семестре и заканчивается экзаменом.

Содержание учебной дисциплины «Маркетинг».

Тема 1. Понятие, сущность маркетинга. Концепции маркетинга.

Тема 2. Маркетинговая среда предприятия Система маркетинговых исследований

Тема 3. Сегментация, выбор целевого сегмента, позиционирование. Стратегии и планирование комплекса маркетинга. Анализ потребительских предпочтений и мотивации потребителя на разных рынках. Товарно-ассортиментная политика предприятия

Тема 4. Ценовая политика предприятия Сбытовая политика предприятия

Тема 5. Коммуникативная политика предприятия