

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

1. Цель изучения дисциплины:

- сформировать и развить у обучающегося компетенции, знания и навыки которые помогут специалистам в будущем эффективно принимать решения, в области маркетинга, представляющего собой современную философию бизнеса, изучающую возможности удовлетворения потребностей рынков. Студент должен знать современную терминологию, касающуюся маркетинга.

2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

3. Основные разделы дисциплины:

- сущность и содержание маркетинга;
- комплексное изучение рынка;
- товарный маркетинг;
- сбытовой маркетинг;
- рыночное ценообразование и ценовая политика;
- маркетинговые исследования;
- управление маркетинговой деятельностью;
- маркетинг в различных сферах деятельности.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: ОК-1, ОПК-2.