

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.

2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

3. Основные разделы дисциплины:

- сущность и содержание маркетинга;
- комплексное изучение рынка;
- товарный маркетинг;
- сбытовой маркетинг;
- маркетинговые исследования;
- управление маркетинговой деятельностью.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины: ПК-1, ПК-14, ПК-16, ПК-20.