

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг						
Формируемые компетенции	ОПК-2						
Задачи дисциплины	<p>- изучение потребительского поведения, нужд и потребностей рынка;</p> <p>- ознакомление с системой маркетинговой информации предприятия и способах её получения, обработки и анализа;</p> <p>- изучение конкурентной среды;</p> <p>- ознакомление с методами сегментирования рынка и позиционирования на нем;</p> <p>- овладение практическими инструментами принятия маркетинговых решений по продукту;</p> <p>- овладение необходимыми навыками для разработки и реализации комплекса маркетинга туристской организации</p>						
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	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			
6	4	6		130	4	144	