

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг
Формируемые компетенции (части компетенций)	ОПК-2
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - изучение потребительского поведения, нужд и потребностей рынка; - ознакомление с системой маркетинговой информации предприятия и способах её получения, обработки и анализа; - изучение конкурентной среды; - ознакомление с методами сегментирования рынка и позиционирования на нем; - овладение практическими инструментами принятия маркетинговых решений по продукту; - овладение необходимыми навыками для разработки и реализации комплекса маркетинга туристской организации
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	Зачет с оценкой

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	4 зач. ед., 144 акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего, ч
		Лекции	Пр. занятия				
6	4	6	-	130	4	144	