

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг						
Формируемые компетенции (части компетенций)	ОПК-2						
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - усвоение основных понятий в области маркетинга; - развитие навыков, необходимых для выявления, формирования и удовлетворение потребностей; - формирование навыков, необходимых для организации проведения маркетинговых исследований: сбора, хранения, обработки, анализа и оценка маркетинговой информации; - формирование навыков, необходимых для разработки комплекса маркетинга и применения его инструментов; - приобретение умений и формирование навыков, необходимых для анализа и оценки маркетинговой деятельности по разработке маркетинговой стратегии и тактики организации. 						
Основные разделы / темы дисциплины	Раздел I. Теоретические и практические аспекты маркетинга. Раздел II. Комплексный анализ и процесс управления маркетингом.						
Форма промежуточной аттестации	Зачет 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	