

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг
Формируемые компетенции (части компетенций)	ОПК-2; ПК-1
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	Раздел 1. Теоретические основы маркетинга. Раздел 2. Маркетинговая система предприятия. Раздел 3. Маркетинговая деятельность предприятия. Раздел 4. Стратегический маркетинг
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	4 зач. ед., 144 акад. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежу- точная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
	5	24	24	-	88	-	-