

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг						
Формируемые компетенции	ОПК-4						
Задачи дисциплины	<p>- 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</p>						
Основные разделы / темы дисциплины	<p>Раздел 1 Теоретические основы маркетинга. Раздел 2 Маркетинговая система предприятия. Раздел 3 Маркетинговая деятельность предприятия. 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			
5	32	32		80		144	