

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг
Формируемые компетенции (части компетенций)	ОПК-2 ПК-2
Задачи дисциплины	- 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	Зачёт с оценкой

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	4 зач. ед., 144 академ. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежуточная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
5	32	32		80			

Очно-заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины	3 зач. ед., 108 академ. час.						
	Семестр	Аудиторная нагрузка, час.			СРС, ч	ИКР, ч	Промежуточная аттестация, ч
		Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы			
5	6	6		96			