

## Учебная дисциплина «Маркетинг»

<p>Место дисциплины в структурной схеме образовательной программы</p>	<p>Образовательная программа бакалавриата (I ступень высшего образования) 6-05-0412-02 Бизнес-администрирование Компонент учреждения высшего образования: модуль «Маркетинг и логистика»</p>
<p><b>Краткое содержание</b></p>	<p>Понятие и основные категории маркетинга. Возникновение и основные концепции маркетинга. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Этические аспекты маркетинговой деятельности. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Информационные технологии в маркетинговых исследованиях. Рынок - ключевое понятие маркетинга. Диагностика конкурентной среды. Потребитель в системе маркетинга. Факторы, влияющие на покупательское поведение. Сегментация и позиционирование. Товар в системе маркетинга. Роль сбытовой политики в маркетинговой деятельности организации. Ценовая политика как инструмент управления спросом на продукцию. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Стратегия маркетинга. Организация маркетинговой деятельности. Международный маркетинг.</p>
<p><b>Формируемые компетенции, результаты обучения</b></p>	<p>Базовые профессиональные компетенции: <b>знать:</b> значение маркетинга для деятельности организации; основные понятия, принципы и теоретические положения маркетинга, возможности их применения на практике; методологию и особенности применения маркетинговых технологий в условиях современного рынка; <b>уметь:</b> пользоваться профессиональной лексикой маркетинга; - сформулировать цели, задачи и функции маркетинга; использовать маркетинговые концепции и процедуры для решения общих комплексных проблем организации; планировать, управлять и контролировать различные сферы маркетинга; <b>владеть:</b> навыками проведения анализа макро- и микросреды организации и оценки вариантов её развития в будущем для прогнозирования маркетинговой деятельности; навыками организации, разработки и реализации стратегии, обеспечивающей конкурентоспособность организации на длительную перспективу.</p>
<p><b>Пререквизиты</b></p>	<p>Менеджмент; логистика</p>
<p><b>Трудоемкость</b></p>	<p>7 зачетных единицы, 258 академических часов, из них 136 аудиторных: 68 ч лекций и 68 ч семинарских занятий.</p>
<p><b>Семестр(ы), требования и формы текущей и промежуточной аттестации</b></p>	<p>3-й и 4-й семестры, коллоквиум, зачет.экзамен.</p>

