

# Б1.Б.10 Маркетинг

Объем дисциплины (модуля) 4 ЗЕТ (144 час)

## ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Формирование у студентов компетенций, касающихся всех элементов комплекса маркетинговой деятельности организации и позволяющих использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности, осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач.

## ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

**ОК-3:** способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

**ОПК-2:** способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

**Знать:** теоретические основы проведения маркетинговых исследований, разработки товарной и ценовой политики, стратегии продвижения и распределения товаров.

**Уметь:** проводить маркетинговое исследование, проектировать организационную структуру службы маркетинга, формировать товарную политику предприятия, производить расчеты по ценообразованию, разрабатывать программу продвижения товара для различных рыночных условий.

**Владеть:** навыками принятия управленческих решений в сфере маркетинговой деятельности, разработки рекомендаций по совершенствованию управления маркетингом в организации.

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Основы маркетинговой деятельности. Маркетинговое исследование, сегментация и позиционирование

Раздел 2. Комплекс маркетинга

Раздел 3. Управленческие аспекты маркетинга