

## Аннотация к рабочей программе дисциплины Маркетинг

**Направление подготовки:** 38.03.02 Менеджмент

**Направленность (профиль):** Менеджмент организации

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студента основных и представлений о методах изучения рынка с целью успешного продвижения продукции.

**Объем дисциплины:** 3 з.е., 108 часов

**Семестр:** 2

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

| № п/п раздела | Основные разделы дисциплины  | Краткое содержание разделов дисциплины  |
|---------------|--|---|
| 1             | Понятие маркетинга, его функции, организационные структуры, цели и методы маркетинговых исследований.                                      | Содержание понятия маркетинга. Этапы его развития. Функции и подфункции маркетинга. Концепции маркетинга. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда. Понятие и принципы сегментирования рынка.   |
| 2             | Понятие товара в системе маркетинга внешняя и внутренняя маркетинговая среда, ценовая и товарная политики, комплекс продвижения продукции. | Понятие товара. Товарная политика. Стратегии сбыта товара. Каналы сбыта продукции. Понятие ценовой политики. Выработка основных направлений рыночной стратегии и ценовой политики. Принципы организации деятельности маркетинговой службы. Типовые организационные структуры маркетингового управления. |

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен