**Наименование учебной дисциплины:**

**«Маркетинг»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование специальности** | 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» |
| **Курс обучения** | 2 |
| **Семестр обучения** | 3 |
| **Количество аудиторных часов:** | 64 |
| **Лекции**  **Семинарские занятия**  **Практические занятия**  **Лабораторные занятия** | 30 |
| 34 |
| - |
| - |
| **Форма текущей аттестации (*зачет/ дифференцированный зачет/экзамен*)** | экзамен |
| **Количество зачетных единиц** | 3 |
| **Формируемые компетенции** | Освоение учебной дисциплины «Маркетинг» должно обеспечить формирование базовых профессиональных компетенций: анализировать и оценивать экономические и социальные процессы, проявлять предпринимательскую инициативу |
| **Краткое содержание учебной дисциплины:**  «Маркетинг» ­– это учебная дисциплина практической направленности, освоение которой включает работу по следующим направлениям:  - формирование навыков по изучению внешней среды организаций, в том числе поведения потребителей, конкурентной среды, спроса и предложения на рынках;  - основы проведения сегментирования рынков и позиционирования организаций;  - разработка комплекса маркетинга организации, в том числе мероприятия товарной, ценовой, дистрибутивной и коммуникационной политики;  - формирование навыков управления маркетинговой деятельности: освоение методов анализа маркетинговой деятельности, организация контроля маркетинга, разработка плана маркетинга. | |