**Наименование учебной дисциплины:**

**«Маркетинг»**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и наименование специальности** | 1-26 02 02-02 «Менеджмент (социально-административный)» |
| **Курс обучения** | 2 |
| **Семестр обучения** | 3 |
| **Количество аудиторных часов:** | 90 |
| **Лекции****Семинарские занятия** **Практические занятия****Лабораторные занятия** | 54 |
| - |
| 36 |
| - |
| **Форма текущей аттестации (*зачет/ дифференцированный зачет/экзамен*)** | экзамен |
| **Количество зачетных единиц** | 6 |
| **Формируемые компетенции** | Определять основные направления деятельности и сферу ответственного маркетинга, формулировать цели и задачи маркетинга в производственной, ценовой, дистрибутивной и коммуникационной области, определять и планировать затраты и результаты маркетинговой деятельности |
| **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. |