

Наименование учебной дисциплины:
«Маркетинг»

Код и наименование специальности	6-05-0412-02 Бизнес-администрирование
Курс обучения	2, 3
Семестр обучения	3, 4, 5
Количество аудиторных часов:	32
Лекции	16
Семинарские занятия	-
Практические занятия	16
Лабораторные занятия	-
Форма промежуточной аттестации (зачет/ дифференцированный зачет/экзамен)	зачет / экзамен
Количество зачетных единиц	7
Формируемые компетенции	Освоение учебной дисциплины «Маркетинг» должно обеспечить формирование специализированных компетенций: разрабатывать маркетинговую стратегию организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию, анализировать поведение потребителей и формировать спрос, проводить анализ конкурентной среды для эффективного ведения бизнеса
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.	