

**Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины
«Маркетинг»**

Направление подготовки – *38.03.01 Экономика*

Направленность (профиль) – *«Экономика»*

Уровень высшего образования – *бакалавриат*

Цель изучения дисциплины	Сформировать умения и навыки по применению в профессиональной экономической деятельности основных принципов, концепций и инструментов маркетинга.
Задачи	<ul style="list-style-type: none">– освоение основных понятий и концепций в области маркетинга, необходимых для подготовки исходных данных для проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;– умение ориентироваться в маркетинговой терминологии и оценивать значение маркетинга в современной экономике;– анализ содержания маркетинговой деятельности предприятия;– изучение элементов маркетинг-микс и приобретение навыков по разработке и внедрению комплекса маркетинга;– определение особенностей маркетинга предприятий различных организационно-правовых форм.
Содержание тем дисциплины	<ul style="list-style-type: none">– Сущность, принципы и функции маркетинга. Маркетинговые концепции– Сегментация и позиционирование в маркетинговой деятельности– Маркетинговый анализ внешней среды предприятия– Маркетинговый анализ внутренней среды предприятия. Маркетинговые исследования– Элементы комплекса маркетинга: товарная политика; ценовая политика; политика распределения; продвижение и маркетинговые коммуникации– Маркетинговые стратегии предприятия