

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

Направление подготовки – *38.03.01 Экономика*

Направленность (профиль) – *«Экономика»*

Уровень высшего образования – *бакалавриат*

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