

# **Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**

## **Б1.Б.25 «Маркетинг»**

(наименование дисциплины (модуля))

---

### **1. Цель освоения дисциплины**

Изучение дисциплины «Маркетинг» обеспечивает основу подготовки бакалавров в области менеджмента в части выработки компетенций, необходимых в управленческой деятельности.

### **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП**

Дисциплина «Маркетинг» относится к базовой части блока Б1 ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и является обязательной для освоения. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-9: способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

ПК-12: умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

### **4. Краткая характеристика дисциплины (модуля)**

Тема 1. Маркетинг как концепция управления  
Тема 2. Маркетинг как вид рыночной деятельности  
Тема 3. Система маркетинговых исследований  
Тема 4. Товар. Товарная политика  
Тема 5. Цена. Ценовая политика  
Тема 6. Сбыт. Сбытовая политика  
Тема 7. Коммуникации. Коммуникационная политика  
Тема 8. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии  
Тема 9. Организация и контроль маркетинга  
Тема 10. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

### **5. Формы промежуточного контроля**

Экзамен