

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг»**

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» заключается в формировании знаний о маркетинге как системе управления, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и решений для активизации деятельности предприятий.

### **Задачи дисциплины:**

- раскрыть сущность и содержание маркетинга, его принципов и функций;
- ознакомить обучающихся с целями, объектами, методами и моделями организации маркетинговых исследований;
- изложить формы и методы движения и реализации товара, формирования спроса, систему стимулирования продаж, функциональную деятельность маркетинговых служб.

### **Содержание дисциплины:**

Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга  
Роль маркетинга в экономическом развитии страны на современном этапе  
Цена как категория рыночного хозяйства  
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.  
Паблик рилейшнз  
Маркетинг на рынках интеллектуального продукта  
Маркетинг в области информационных технологий  
Организация деятельности маркетинговой службы  
Цели, объекты и методы маркетинговых исследований  
Комплексное исследование рынка в системе маркетинга, его информационное обеспечение.  
Сегментация рынка  
Изучение фирменной структуры рынка.  
Исследование внутренней среды предприятия.  
Товар в системе маркетинга. Новые товары в рыночной стратегии.  
Обеспечение качества и конкурентоспособности товаров и маркетинг.  
Сервис в системе товарной политики и сбытовой деятельности.  
Канал распределения и товародвижение. Оптовая и розничная торговля.

**Объем дисциплины - 4 з.е.**

**Форма промежуточного контроля – экзамен**