

Аннотация адаптированной рабочей программы дисциплины «Маркетинг»

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является изучение социально-экономических и организационных аспектов продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю посредством обмена.

Задачи:

- раскрыть сущность и содержание маркетинга, его принципов и функций;
- ознакомить студентов 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.

В результате освоения дисциплины обучающиеся изучат теоретический и практический материал по следующим темам:

1. Теоретические основы маркетинга.
2. Принципы и функции маркетинга.
3. Система маркетинговых исследований.
4. Товар и товарная политика в сфере маркетинга.
5. Поведение потребителей.
6. Организация, планирование и бюджет маркетинга.
7. Ценовая политика.
8. Каналы распределения и товародвижение.
9. Формирование спроса и стимулирование сбыта.

Объем дисциплины 2 з.е.

Форма промежуточного контроля – *зачет*.