

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг»

### **Цель дисциплины:**

формирование комплекса знаний об социально-экономических и организационных аспектах продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю посредством обмена.

### **Задачи дисциплины:**

- 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.

Темы и основные вопросы	
1	<b>Теоретические основы маркетинга.</b> 1. Понятие маркетинга. Его роль в предпринимательстве. 2. Виды маркетинга. 3. Сущность современных концепций маркетинга.
2	<b>Принципы и функции маркетинга.</b> 1. Основные предпосылки и принципы маркетинга. 2. Основные функции и подфункции современного маркетинга. 3. Методы и инструменты маркетинга.
3	<b>Система маркетинговых исследований.</b> 1. Понятие, роль, функции и общая схема исследований в маркетинге. 2. Виды маркетинговых исследований, их организация и методы проведения. 3. Сегментация рынка.
4	<b>Товар и товарная политика в сфере маркетинга.</b> 1. Общая характеристика товара. 2. Жизненный цикл товара. 3. Товарный знак и его сущность. 4. Упаковка и маркировка товара. 5. Товарная политика и формирование ассортимента.
5	<b>Поведение потребителей.</b> 1. Современная теория потребностей. 2. Классификация потребителей и основные характеристики покупателя. 3. Мотивация потребителя и факторы, влияющие на покупательское поведение. 4. Процесс выбора товара потребителем и принятия решения о покупке.

Темы и основные вопросы

6	<b>Организация, планирование и бюджет маркетинга</b> 1. Традиционные и современные организационные структуры службы маркетинга. 2. Организация маркетинговой деятельности. 3. Прогнозирование и снижение рисков. Маркетинговое планирование. Бюджет маркетинга.
7	<b>Формирование спроса и стимулирование сбыта.</b> 1. Реклама. 2. Стимулирование сбыта. Отношения с общественностью (ПР).
8	<b>Зачет</b>

**Трудоемкость дисциплины и форма промежуточной аттестации**

Объем дисциплины 72 часа, 2 зачетных единиц. Дисциплина изучается на 4 курсе, в 8 семестре. По итогам изучаемого курса студенты сдают зачет.