

**Аннотация рабочей программы дисциплины  
«Маркетинг»  
для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент  
направленность (профиль) образовательной программы  
«Менеджмент организации»**

### **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цель освоения дисциплины** - формирование знаний по маркетингу как концепции и системы управления организацией в рыночной среде, а также умений использования маркетинговых подходов, методов и решений в управлении организацией; привить студентам стиль мышления, ориентированный на выявление и лучшее удовлетворение здоровых потребностей людей и долгосрочных интересов общества

**Задачи дисциплины:**

- изучить маркетинговые процессы при функционировании организации и осуществлении её деятельности;
- изучить комплекс понятий и направлений маркетинговой деятельности;
- овладеть системой маркетинга включающей: анализ окружающей среды маркетинга; комплексное изучение рынка; выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей; организацию маркетингового управления и контроля в организации.
- научить приёмам и методам анализа ситуаций на рынке.

### **2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

**ПК-15** - умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

### **3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Тема 1. Сущность, содержание, цели маркетинга

Тема 2. Наименование темы

Тема 3. Функции и принципы маркетинга

Тема 4. Маркетинговая среда

Тема 5. Сегментация рынка

Тема 6. Стратегии и планирование комплекса маркетинга

Тема 7. Маркетинговые исследования, их содержание и методы проведения.

Тема 8. Товарная политика

Тема 9. Ценовая политика

Тема 10. Каналы распределения и товародвижения

Тема 11. Коммуникационная политика

Тема 12. Организационные структуры маркетинга

Тема 13. Планирование и контроль маркетинговой деятельности