

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки (специальность)	38.03.06 – «Торговое дело»
Направленность (профиль) подготовки	«Коммерция и маркетинговые коммуникации»
Цель освоения дисциплины:	формирование у студентов знаний и навыков в области организации маркетинга на предприятиях, применении инструментов и механизмов маркетинга на практике с целью повышения эффективности экономической деятельности предприятия
Общая трудоемкость дисциплины	5 зачетных единиц, 180 часов
Форма промежуточной аттестации	экзамен
Краткое содержание дисциплины:	<p><i>Раздел 1. Основные понятия маркетинга</i></p> <p>Тема 1. Сущность маркетинга. Маркетинговая деятельность</p> <p>Тема 2. Маркетинговая информационная система</p> <p>Тема 3. Маркетинговый анализ</p> <p>Тема 4. Особенности маркетинга по видам рынков</p> <p><i>Раздел 2. Стратегии маркетинга</i></p> <p>Тема 5. Разработка клиентоориентированной маркетинговой стратегии</p> <p>Тема 6. Продуктовая стратегия</p> <p>Тема 7. Управление ценообразованием</p> <p>Тема 8. Система управления маркетингом в компании</p> <p>Тема 9. Планирование и бюджетирование маркетинговой деятельности компании</p> <p><i>Раздел 3. Сбытовая политика маркетинга</i></p> <p>Тема 10. Управление маркетинговыми каналами</p> <p>Тема 11. Маркетинговые коммуникации</p>

Аннотацию рабочей программы составил:

Аннотация составлена

доцент маркетинга ИТ

(ФИО, должность, подпись)

30.08.2024