


## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «МАРКЕТИНГ»

<b>Направление подготовки (специальность)</b>	43.03.02 – «Туризм»
<b>Направленность (профиль) подготовки</b>	«Технология и организация туристской деятельности»
<b>Цель освоения дисциплины:</b>	формирование у студентов компетенций в области исследования, анализа и воздействия на потребительское поведение в условиях современного рынка
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	5 зачетных единиц, 180 часа
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	экзамен
<b>Краткое содержание дисциплины:</b>	<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: Жуковская И.Ф., доцент кафедры КиГ



30.08.2021