

## **Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг»**

**Цель дисциплины:** формирование у обучающихся знаний о социально-экономических и организационных аспектах продвижения традиционных и инновационных товаров и услуг от производителя к потребителю.

**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, функциональную деятельность маркетинговых служб, формирования спроса, систему стимулирования продаж традиционных и инновационных товаров и услуг.

**Содержание дисциплины.** В результате освоения дисциплины, обучающиеся изучат теоретический и практический материал по следующим темам:

- Теоретические и методологические возможности маркетинга;
- Цель и основные концепции маркетинга;
- Организация маркетинговой деятельности;
- Система маркетинговых исследований;
- Товародвижение в системе маркетинга: изучение покупательского спроса;
- Маркетинговые исследования: методы сбора и анализа маркетинговой информации;
- Целевой маркетинг. сегментирование и позиционирование организации на рынке;
- Маркетинговая товарная политика организации;
- Планирование новых товаров и жизненный цикл товара;
- Товарная марка;
- Маркетинговая ценовая политика.

**Объем дисциплины** 4 з.е.

**Форма промежуточного контроля** – экзамен.