**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;

Mаркетинговые 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.