

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	МАРКЕТИНГ
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	Производственный менеджмент
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	<p>Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование у студентов теоретических знаний об основах и сущности маркетинга, теории и практики современного маркетингового механизма;</li> <li>- ознакомление с содержанием и направлениями маркетинговых исследований;</li> <li>- приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария технологии проведения маркетинговых исследований в области исследования рынка, потребителей, конкурентов, оценки собственного потенциала предприятия.</li> </ul>
Семестр, в котором изучается дисциплина	3 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть.
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	ОПК-6; ПК-3; ПК-9
Трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.
Содержание дисциплины. Темы дисциплины	<p>Тема 1. Основные понятия маркетинга</p> <p>Тема 2. Конкурентоспособность и качество транспортных услуг</p> <p>Тема 3. Ценовая политика предприятия</p> <p>Тема 4. Управление маркетингом на предприятии</p> <p>Тема 5. Стратегическое планирование маркетинга</p> <p>Тема 6. Исследование рынка и прогнозирование спроса</p> <p>Тема 7. Бюджет и оценка эффективности маркетинговой деятельности</p>
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Экзамен