

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)	МАРКЕТИНГ
Направление подготовки	38.03.03 Управление персоналом
Направленность программы (профиль)	Управление персоналом организации
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная
Цели освоения дисциплины (модуля)	Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются: формирование у студентов теоретических знаний об основах и сущности маркетинга, теории и практики современного маркетингового механизма; ознакомление с содержанием и направлениями маркетинговых исследований; приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария технологии проведения маркетинговых исследований в области исследования рынка, потребителей, конкурентов, оценки собственного потенциала предприятия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина (модуль)	Очная форма – во 3 семестре; заочная форма – на 2 курсе
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина (модуль)	Блок 1. Дисциплины (модули). Вариативная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)	ОПК-5; ПК-2
Трудоемкость дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	Тема 1. Роль маркетинга в рыночной экономике. Основные понятия маркетинга Тема 2. Государственное регулирование и социально-этические аспекты маркетинга Тема 3. Специфика маркетинга на транспорте. Конкурентоспособность и качество транспортных услуг Тема 4. Ценовая политика предприятия Тема 5. Управление маркетингом на предприятии. Стратегическое планирование маркетинга Тема 6. Исследование рынка и прогнозирование спроса. Организация продажи перевозок и услуг на транспорте Тема 7. Особенности международного маркетинга. Бюджет и оценка эффективности маркетинговой деятельности
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)	Экзамен