

## АННОТАЦИЯ

### «Маркетинг»

Ожидаемые результаты	<p>Учебная дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями:</p> <p>ОПК-6 (владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций);</p> <p>ПК-1 (владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры);</p> <p>ПК-9 (способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли).</p>
Содержание курса	<p>Маркетинг как управленческая концепция. Маркетинговые решения на корпоративном уровне. Маркетинговые решения на функциональном уровне. Маркетинговые решения по товару. Маркетинговые решения по цене. Маркетинговые решения по распределению. Маркетинговые решения по продвижению. Маркетинговые решения по формированию партнерских отношений. Маркетинговая организация. Маркетинговое информационно-аналитическое обеспечение. Маркетинговое планирование и контроль. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности</p>
Промежуточная аттестация	Экзамен, курсовая работа