

**Аннотация рабочей программы
по направлению подготовки 37.03.01 «Психология»**

Наименование дисциплины	Маркетинг
Место дисциплины в ОПОП, индекс дисциплины	Дисциплина Б1.О.31 «Маркетинг» реализуется в рамках обязательной части блока Б1 Дисциплины (модули) образовательной программы
Общая трудоемкость	2 зачетные единицы, 72 часа
Семестр изучения	4
Форма итогового контроля знаний	Зачет
Цель и задачи изучения дисциплины	<p>Цель освоения дисциплины: получение обучающимися комплексных знаний в области маркетинга, приобретение умений и навыков их применения при разработке и реализации маркетинговой стратегии организации.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение основных понятий, принципов функционирования маркетинговой системы; • освоение методов изучения рынка; • освоение методов повышения эффективности производства, товародвижения и сбыта продукции, ориентированные на запросы потребителя; • обучение методам обоснования, принятия и реализации управленческих решений в области маркетинга; • изучение деятельности организации в условиях конкуренции с другими предприятиями.
Содержание дисциплины	<p>Тема 1. Роль маркетинга в управлении фирмой. Основные понятия маркетинга.</p> <p>Тема 2. Информационная база маркетинга.</p> <p>Тема 3. Комплексный анализ и прогнозирование товарных рынков.</p> <p>Тема 4. Товар и товарная политика.</p> <p>Тема 5. Цены и ценовая политика в маркетинге.</p> <p>Тема 6. Конкуренция и конкурентоспособность товара.</p> <p>Тема 7. Формирование спроса и стимулирование сбыта в маркетинге.</p> <p>Тема 8. Организация деятельности маркетинговой службы.</p>
Используемые инструментальные и программные средства	Учебная основная и дополнительная литература, электронные ресурсы, Интернет - источники
Формы промежуточного контроля знаний	Тестовые задания, контрольные задания, доклады