**АННОТАЦИЯ**

**Маркетинг**

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент».

**Цель дисциплины:** «Маркетинг» - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент» следующих компетенций: владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (ПКН-5); способность оценивать тенденции и закономерности развития внешней и внутренней экономической среды, ее влияние на результаты хозяйственной деятельности организации в текущей и долгосрочной перспективах (ПКП-2); способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию (СК-2).

**Место дисциплины в структуре ОП** - дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной профиля, базовой части профессионального цикла профиля «Финансовый менеджмент» по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

**Краткое содержание:**

Сущность, принципы и функции маркетинга. Рынок и маркетинговая среда предприятия. Конкуренция на рынке товаров и услуг. Маркетинговая информационная система (МИС) предприятия. Понятие, цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Анкетные опросы как метод сбора маркетинговой информации. Сегментирование рынка. Процесс управления маркетингом. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга. Организация службы маркетинга на предприятии. Контроль в системе маркетинга. Товарная политика предприятия. Ценовая политика предприятия. Политика распределения на предприятии. Коммуникационная политика предприятия. Основные понятия в международном маркетинге.