

**Аннотация к рабочей программе дисциплины:
«Маркетинг»**

Цель дисциплины:

-формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга.

Краткое содержание:

Маркетинг как философия рынка.

Маркетинговая информационная система (МИС) организации.

Понятие, цели, задачи и направления маркетинговых исследований.

Анализ поведения потребителей.

Анализ деятельности конкурентов.

Управление маркетинговой деятельностью.

Комплекс маркетинга и инструменты его реализации.

Маркетинг в отраслях и сферах бизнеса.