Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 30.05.2023 16:09:25
Уникальный программный ключ:
46f70[illegible]e91f81e17726331d25a8

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	**Маркетинг**
Краткое содержание	Маркетинг как система поиска и реализации новых рыночных возможностей. Маркетинговая среда: возможности и угрозы. Покупательское поведение. Рынок в системе маркетинга. Товар в системе маркетинга. Конкурентная среда. Конкурентоспособность товара. Ценообразование в системе маркетинга. Распределение товаров. Система маркетинговых коммуникаций. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация. Управление маркетингом. Стратегии маркетинга, стратегическое планирование маркетинга развитию новых направлений деятельности организации. Организация маркетинга на предприятии. Международный маркетинг. Маркетинг услуг.
Результаты освоения дисциплины	- применяя методы маркетинговых исследований и инструменты комплекса маркетинга, оценивает емкость рынка, новые рыночные возможности развития организации и бизнесов и влияющие на них факторы, анализирует конкурентов и поведение покупателей, организует управление маркетингом согласно разработанным маркетинговым стратегиям и программам создания новых направлений деятельности организаций в условиях глобальной конкуренции.
Трудоемкость, з.е.	5
Формы отчетности	Экзамен Контрольная работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1.Егорова, М. М. Маркетинг Электронный ресурс : Учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. - Маркетинг,2020-02-05. - Саратов : Научная книга, 2019. - 159 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9758-1744-0, экземпляров неограничено 2. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования Электронный ресурс : учебное пособие / А.В. Коротков. - Маркетинговые исследования,2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 303 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 5-238-00810-4, экземпляров неограничено
Дополнительная литература	1.Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогнозучебное пособие / И.К. Беляевский. - Москва : Финансы и статистика, 2014. - 320 с. : табл., схем. -http://biblioclub.ru/. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-279-02220-5, экземпляров неограничено. 2. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : пер. с англ. / Ф. Котлер. - М. : Альпина Паблишер, 2020. - 211 с. - Библиогр. в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-9614-6745-1, экземпляров 1 3.Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика Электронный ресурс : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили / О.В. Обухов / И.И. Пичурин. - Основы маркетинга. Теория и практика,2020-10-10. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 383 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-238-02090-7, экземпляров неограничено 4.Сидорова, С. А. Маркетинг Электронный ресурс / Сидорова С. А. :

	учебно-методическое пособие. - Самара : СамГУПС, 2020. - 96 с. - ISBN 978-5-6044457-2-3, экземпляров неограничено 5.Международный маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «менеджмент» / М. Э. Сейфуллаева, Н. Д. Эриашвили, С. В. Земляк [и др.] ; под редакцией М. Э. Сейфуллаевой ; Н. Д. Эриашвили. - Международный маркетинг,2023-12-10. - Электрон. дан. (1 файл). - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 260 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-9941-9553-9-6, экземпляров неограничено