

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг»
для подготовки бакалавров по направлению
221400 «Управление качеством»
(аннотация)

Цели освоения дисциплины

Данная дисциплина предназначена для студентов второго курса (4 семестр), обучающихся по направлению 221400 «Управление качеством». Цель преподавания дисциплины является приобретение студентами специальности «Управление качеством» знаний основных положений теории маркетинга, умений практического использования их в обучающей деятельности и возможно бизнесе; освоение процедуры диагностики маркетинга на базе вероятностно-статистических подходов с применением основ теории вероятностей и статистики при проектировании предпринимательской деятельности.

Основными задачами изучения дисциплины являются приобретение знаний в области умения продвижения товаров на рынке, проведения маркетинговых исследований; умения проведения маркетинга на предприятиях, как механизма в условиях рыночной экономики; привитии навыков в использовании методических принципов и правил маркетинга.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Содержание дисциплины Роль маркетинга в экономическом развитии страны; товар и маркетинговая деятельность; комплексное исследование товарного рынка; сегментация рынка; формирование товарной политики и рыночной стратегии; формирование спроса и стимулирование сбыта; организация деятельности маркетинговой службы.