

Аннотация дисциплины
«Цена, маркетинг, рынок»
Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»

Цель изучения дисциплины «Цена, маркетинг, рынок» - помочь студентам овладеть основными методами и приемами ценообразования с целью их эффективного применения в условиях развития рыночных отношений.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций.

№ п/п	Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной
1	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности - ОК-3

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления подготовки «Менеджмент» профиль «Маркетинг»

Вид занятий	Форма обучения		
	очная	заочная	
	программа подготовки		
	полная	полная	ускоренная
1. Аудиторные занятия, часов, всего,	30	6	
в том числе:			
1.1. Лекции	16	2	
1.2. Лабораторные работы	-		
1.3. Практические (семинарские) занятия	14	4	
2. Самостоятельная работа, часов, всего	42	62	
Итого часов (стр. 1+ стр.2)	72	72	
Форма промежуточной аттестации*	3	3	
Общая трудоемкость, зачетных единиц	2	2	

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Перечень изучаемых тем (основных):

- 1) «Цена: место на рынке и в системе маркетинга»,
- 2) «Рыночные закономерности и факторы ценообразования»,
- 3) «Ценообразование: инструменты формирования и корректировки цен»,
- 4) «Ценовые исследования в маркетинге: формирование информационной базы»,
- 5) «Ценовые исследования в маркетинге: анализ и прогнозирование».