Подвальный Евгений Семенович
Подписано цифровой подписью: Подвальный Евгений Семенович
Дата: 2025.02.17 11:58:53 +03'00'

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.10 «Маркетинг»

Наименование образовательной программы: программа бакалавриата «Организационный менеджмент»

Код и наименование направления подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Формы обучения: очная, очно-заочная

Планируемые результаты освоения дисциплины: сформировать компетенцию ПКо ОС - 1 «Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга »

Объем дисциплины: 108/3

Структура дисциплины:

№ п/п	Наименование тем	Краткое описание тем
Тема 1	Понимание сущности маркетинга. Маркетинговая деятельность.	Понятие и сущность маркетинга. Основные концепции маркетинга. Предпосылки для эффективного функционирования маркетинга.
Тема 2	Маркетинговая информационная система	Содержание и реализация аналитической функции маркетинга в организации. Маркетинговая информация: понятие, типы, требования, источники. Направления сбора информации. Внутренняя и внешняя маркетинговая информация.
Тема 3	Поведение покупателей на потребительских рынках. Промышленный маркетинг	Поведение потребителя при покупке. Развернутая модель поведения покупателя. Особенности поведения потребителей при низкой и высокой степени вовлеченности в процесс принятия решения о покупке.
Тема 4	Разработка клиентоориентированной маркетинговой стратегии.	Сегментирование рынка. Условия эффективной сегментации рынка. Определение признаков(переменных) сегментации рынка потребительских товаров и рынка товаров производственно-технического назначения.
Тема 5	Продуктовая стратегия	Мультиатрибутивная модель товара. Предпосылки формирования мультиатрибутивного состава товара.
Тема 6	Управление ценообразованием	Цена как элемент маркетинговых программ. Маркетинговые принципы управления ценообразованием. Цели, достигаемые с помощью ценовых решений. Важность ценовых решений.
Тема 7.	Управление маркетинговыми каналами	Понятие маркетинговых каналов. Необходимость возникновения маркетинговых каналов. Основные потоки в

№ п/п	Наименование тем	Краткое описание тем
		маркетинговых каналах
Тема 8.	Маркетинговые коммуникации	Продвижение товара и его функции. Этапы разработки эффективной коммуникации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Экзамен может проводиться с использованием дистанционных образовательных технологий, в форме тестирования.

Основная литература:

1. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие /под общ.ред. С.В.Карповой.- М.: Юрайт, 2016.- 408с.