

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг»

Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является формирование у студентов знаний о социально-экономических и организационных аспектах продвижения традиционных и инновационных товаров и услуг от производителя к потребителю.

Задачи дисциплины

- раскрыть сущность и содержание маркетинга, его принципов и функций;
- ознакомить студентов с целями, объектами, методами и моделями организации маркетинговых исследований;
- изложить формы и методы движения и реализации товара, функциональную деятельность маркетинговых служб, формирования спроса, систему стимулирования продаж традиционных и инновационных товаров и услуг.

В результате освоения дисциплины обучающиеся изучат теоретический и практический материал по следующим темам: понятие, сущность и принципы маркетинга; методологические основы, методы маркетинговой деятельности и виды маркетинга; стратегический маркетинг, эффективность маркетинга; комплекс маркетинга, особенности его применения в Российской практике; комплексное исследование рынка в системе маркетинга, его информационное обеспечение; сегментация рынка; товарная политика; виды клиентурных рынков; конъюнктура рынка; ценовая политика, ценовые стратегии в маркетинге; товародвижение в системе маркетинга; формирование спроса и стимулирование сбыта; реклама как составная часть маркетинговой деятельности и инструмент управления поведением покупателей; интернет-маркетинг; контроллинг и другие инновации в системе маркетинга; маркетинг территорий; канал распределения и товародвижение; оптовая и розничная торговля; прямой маркетинг, личные продажи, торговый персонал; реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Объем дисциплины 4 з.е.

Формы промежуточного контроля – экзамен.