

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

**Направленность (профиль):** Производственный менеджмент

**Общий объем дисциплины** – 4 з.е. (144 часов)

**Форма промежуточной аттестации** – Экзамен.

**В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:**

- ОПК-4.1: Демонстрирует знание методик анализа рынка;
- ОПК-4.2: Выявляет и оценивает новые рыночные возможности;

**Содержание дисциплины:**

Дисциплина «Маркетинг» включает в себя следующие разделы:

**Форма обучения очно - заочная. Семестр 5.**

**1. Социально-экономические основы маркетинга.** Понятие и сущность маркетинга, его цели, принципы и функции. Концепции маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Распространение маркетинга и выявление новых рыночных возможностей..

**2. Управление маркетинговой деятельностью.** Анализ и оценка новых рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Организация маркетинговой деятельности.

**3. Маркетинговая среда организации.** Основные факторы микросреды. Основные факторы макросреды и методики анализа рынка..

**4. Поведение потребителей при совершении покупки.** Модель поведения покупателей. Характеристики покупателей и методик анализа рынка. Процесс принятия решения о покупке. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки..

**5. Маркетинговые исследования.** Методика маркетинговых исследований и методика анализа рынка. SWOT-Анализ фирмы..

**6. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.** Развитие концепций маркетинга. Сегментирование рынка с целью выявления новых рыночных возможностей. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке..

**7. Товарная политика.** Классификация товаров по назначению, срокам и характеру изготовления и потребления. Особенности маркетинговой деятельности применительно к продукции потребительского и производственного назначения. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Жизненный цикл товара. Его виды. Цели и виды маркетинговой деятельности с учетом жизненного цикла товара. Оценка новых рыночных возможностей..

**8. Маркетинговая коммуникация.** Стратегии и методы маркетинговой коммуникации. Комплекс стимулирования. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования и оценка новых рыночных возможностей..

**9. Распределение товаров и товародвижение.** Каналы распределения товаров и услуг. Структура и управление каналами распределения. Товародвижение..

**10. Реклама, стимулирование и пропаганда.** Реклама. Разработка бюджета рекламы. Рекламное обращение. Основные средства стимулирования потребителей. Пропаганда. Оценка результатов пропагандистской деятельности и новых рыночных возможностей..

Разработал:  
доцент  
кафедры ЭиУ

В.В. Углинская

Проверил:  
Декан ТФ

А.В. Сорокин