

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Маркетинг**

**Авторы:** к.соц.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Маркин И.М.;  
к.э.н., доцент кафедры теории и систем отраслевого управления Серебренников С.С.

### **Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.03.02 Менеджмент, «Производственный менеджмент»

### **Квалификация (степень) выпускника:**

Бакалавр

### **Цель освоения дисциплины:**

Приобрести способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений

### **План курса:**

#### **Тема 1.**

Характеристика концепций маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая концепция, концепция холистического маркетинга: маркетинг партнерских отношений; интегрированный маркетинг; внутренний маркетинг; социально-ответственный маркетинг. Клиентоориентированность.

#### **Тема 2.**

Этапы процесса целевого маркетинга.

Этап I. Деление рынка на сегменты. Критерии, используемые для сегментации потребительских и деловых рынков. Априорная сегментация. Описательное сегментирование. Сегментирование по потребительским предпочтениям. Поведенческое сегментирование. Психографическое сегментирование.

Этап II. Выбор целевого сегмента. Критерии выбора целевых сегментов. Стратегии охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг, нишевый и индивидуализированный маркетинг.

Этап III. Позиционирование товара (фирмы) на рынке. Стратегии позиционирования.

Этап IV. Разработка маркетинговой программы для целевого сегмента рынка.

#### **Тема 3.**

Факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Характеристика этапов процесса принятия решения о покупке: Возникновение потребности, поиск информации о возможности удовлетворения потребности, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку. Понятия «Удовлетворенность» и «Лояльность». Оценка удовлетворенности и лояльности потребителей.

#### **Тема 4.**

Характеристика первичной и вторичной маркетинговой информации.

Источники вторичной маркетинговой информации. Содержание программы сбора первичной маркетинговой информации. Характеристика методов сбора первичной маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС).

#### **Тема 5.**

Мультиатрибутивная модель товара. Классификация новизны товара. Технология создания нового товара. Основные причины провалов новых товаров на рынке. Ключевые факторы успеха новых товаров на рынке.

Управление товарным ассортиментом. Широта, длина и глубина товарного ассортимента. Стратегии относительно товарного ассортимента. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы. Характеристика этапов ЖЦТ. Понятия «товарный знак», «торговая марка», «бренд», «брендинг». Этапы создания бренда. Частные торговые марки.

#### **Тема 6.**

Характеристика способов организации сбытовой деятельности фирмы. Понятие и характеристика каналов распределения. Функции участников канала распределения. Типы посредников. Стратегии сбыта. Факторы, влияющие на выбор структуры каналов распределения. Современные тенденции в организации товаропроводящих сетей.

#### **Тема 7.**

Цели коммуникационной политики фирмы. ATL и BTL-коммуникации. Современные тенденции в сфере маркетинговых коммуникаций.

#### **Тема 8.**

Понятие «реклама». Закон о рекламе РФ. Характеристика этапов планирования рекламной кампании. Цели и задачи «паблик рилейшнз». Основные методы и средства, используемые специалистами по пиару. Мероприятия по стимулированию сбыта, цели их проведения. Характеристика и особенности основных средств стимулирования сбыта. Мерчандайзинг: коммуникации на месте продаж.

#### **Тема 9.**

Организация личных продаж. Директ-маркетинг. Каналы директ-маркетинга. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

#### **Тема 10.**

Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№	Наименование тем и/или разделов	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Характеристика современных концепций маркетинга	Опрос
Тема 2	Содержание маркетингового процесса, направленного на предоставление ценности клиентам	Опрос, Эссе
Тема 3	Исследование поведения покупателей на рынке.	Опрос
Тема 4	Задачи и организация маркетинговых исследований.	Опрос, Эссе
Тема 5	Товарная политика фирмы.	Опрос
Тема 6	Сбытовая политика фирмы	Опрос
Тема 7	Коммуникационная политика фирмы	Опрос
Тема 8	Реклама и PR	Опрос, Презентации
Тема 9	Организация личных продаж	Опрос, Домашнее задание

Тема 10	Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики	Опрос
------------	---	-------

По дисциплине учебным планом предусмотрен экзамен, который проводится в устной форме. В билете для экзамена содержится 2 вопроса.

**Основная литература:**

1. Годин А.М. Маркетинг. Дашков и К, 2014. <http://www.iprbookshop.ru/10938>
2. Гришин В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Дашков и К, 2013. <http://www.iprbookshop.ru/14059>