

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

B2B МАРКЕТИНГ

Автор: к.э.н О.В. Рыкалина

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Маркетинговое управление»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию способностью оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия.

План курса:

Тема 1. Основы B2B маркетинга.

План работы на весь учебный модуль курса «B2B маркетинг». Определение предмета и объекта B2B маркетинга. Сравнение B2B и B2C рынков. Масштабы бизнес-маркетинга и условия формирования бизнес-рынков. Специфика спроса на продукцию. Классификация товаров и услуг. Спрос на B2B рынке.

Тема 2. Формирование маркетинговой стратегии на B2B рынке.

Принятие стратегических решений. Сегментирование рынка и позиционирование. Определение каналов сбыта.

Тема 3. Закупки и покупательское поведение на B2B рынках.

Взаимодействие в цепях поставок. Процесс принятия решений.

Тема 4. Структура закупочных центров.

Модели поведения потребителей на промышленном рынке. Критерии выбора поставщика.

Тема 5. Маркетинговый анализ на рынке B2B.

Виды анализа. ABC-анализ. Анализ клиентской базы по объемам закупок и видам покупателей.

Тема 6. Маркетинговые коммуникации на B2B рынке.

Инструменты коммуникаций на бизнес-рынках. Основные ошибки.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «B2B маркетинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Формирование маркетинговой стратегии на B2B рынке	Диспут
Маркетинговые коммуникации на B2B рынке.	Решение бизнес-кейса в малых группах

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература:

1. Беляевский И.К. Организация коммерческой деятельности. Евразийский открытый институт. 2011. <http://www.iprbookshop.ru/10738>

2. Мазилкина Е.И. Семь шагов к успеху или как продвинуть свой товар на рынок. Ай Пи Эр Медиа, 2010. <http://www.iprbookshop.ru/871>