

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.11.02 «B2B и B2C Маркетинг/ B2B & B2C Marketing»**

*наименование дисциплин (модуля)/практики*

**Автор:** К.э.н. О.В. Рыкалина

**Код и наименование направления подготовки, программа бакалавриата:** 38.03.06

Торговое дело, «Цифровизация бизнеса и электронная торговля»

**Квалификация (степень) выпускника:** Бакалавр

**Форма обучения:** очная

#### **Цель освоения дисциплины:**

сформировать компетенции для осуществления научных, в том числе маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; для выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПКр ОС-2, ПКс ОС-2)

#### **План курса:**

##### **Тема 1. Основы B2B маркетинга**

План работы на весь учебный курс «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 проведение 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. Особенности B2C маркетинга.**

Сравнение B2C маркетинга и B2B.

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

Формы текущего контроля успеваемости: диспут, бизнес-кейс.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

#### **Компоненты компетенций ПКр ОС-2 отражают формирование: на уровне знаний:**

Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность

Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики

Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг

Методы проведения маркетингового исследования

Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях

Правила, нормы и основные принципы этики делового общения  
Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства

**на уровне умений:**

Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации

Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков

Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования

Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга

Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования

Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга

**на уровне навыков:**

Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации

Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики

Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

Формирование предложений по совершенствованию товарной политики

**Компоненты компетенций ПКс ОС-2 отражают формирование:**

**на уровне знаний:**

Принципы и методы проведения деловых переговоров

Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Программы и сервисы исследования спроса в информационно

Современные правила и стандарты составления технической документации

**на уровне умений:**

Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса

Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Проводить переговоры

Составлять аналитические записки

Использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета

**на уровне навыков:**

Согласование показателей эффективности и стратегии продвижения с заказчиком

Формирование бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Анализ тенденции изменения спроса

Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин

**Основная литература:**

1. Валигурский, Д. И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка: учебник для бакалавров / Д. И. Валигурский. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, 2019. — 300 с. — ISBN 978-5-394-03373-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85409.html>
2. Котлер, Филип Десять смертных грехов маркетинга / Филип Котлер; перевод Т. В. Виноградова, А. А. Чех. — 2-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-9614-5187-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82930.html>