

Аннотация дисциплины

«Маркетинг»

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов навыков исследования поведения потребителей, анализа окружающей среды организации, разработки комплекса маркетинга, а также реализации маркетинговой стратегии с учетом мирового опыта.

Краткое содержание дисциплины: Теоретические основы маркетинга. Маркетинговые исследования как основа принятия управленческих решений. Исследование окружающей среды маркетинга. Исследование поведения потребителей. Комплекс маркетинга. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Теоретические основы управления маркетингом. Маркетинговые стратегии на корпоративном уровне. Управление этапами процесса целевого маркетинга. Управление продуктом, товарным ассортиментом и портфелем брендов. Управление ценовой политикой. Управление взаимоотношениями в цепочке создания ценности. Управление политикой продвижения.