

Аннотация дисциплины

«Маркетинг в отраслях и сферах деятельности»

Цель дисциплины: приобретение студентами теоретических комплексных знаний, умений и формирование у студентов специальных знаний в области применения маркетинговых инструментов на предприятиях производственных и непроизводственных отраслей, а также в сфере услуг, необходимых в профессиональной деятельности специалистов по направлению подготовки.

Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам модуля профиля вариативной части профессионального цикла по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент профиль «Маркетинг»

Краткое содержание: Особенности маркетинга в отраслевой сфере. Внешняя среда: определение, структура составляющих макро и микро рыночной среды предприятия. Внутренняя среда: определение, структура составляющих факторов. Оценка слабых и сильных сторон возможностей и потенциала. Взаимодействие внешней и внутренней среды субъектов предпринимательской деятельности. Особенности анализа и прогнозирования развития отраслевых рынков. Управление конкурентоспособностью товара в жизненном цикле. Анализ и прогнозирование потребителей. Особенности организации проведения маркетинговых исследований в различных отраслях. Выбор методов проведения маркетинговых исследований. Маркетинг в отраслях производственной сфере. Особенности комплекса маркетинга для предприятий промышленности. Характеристика рынков отраслей промышленности. Комплекс агробизнеса РФ. Особенности рынков в комплексе агробизнеса. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве. Взаимосвязь маркетинговых программ и программ страхования. Маркетинг в инвестиционной сфере. Рынок инвестиций. Виды инвестиций как объект маркетинга. Маркетинговый потенциал инвестиций. Концепции маркетинга в сфере обращения. Функции маркетинга в сфере обращения. Модель коммуникативной политики для организаций сферы обращения. Ценообразование в сфере обращения. Функции маркетинга в оптовой и розничной торговле. Технологии маркетинга. Концепции маркетинга в торговле. Выбор торгового посредника. Механизм управления маркетингом торговли. Природа процесса продаж. Фазы успешного процесса продаж (модель AIDA). Специфика организации складского хозяйства. Производственно-сбытовая функция маркетинга. Маркетинг

взаимодействия. Коммуникативная политика в сфере услуг. Конкуренция в сфере услуг и методы ее оценки. Туристский рынок, сущность, структура и современное состояние. Понятие туристического маркетинга. Функции туристического маркетинга. Маркетинговая среда рынка образовательных услуг. Понятие предмета маркетинга в образовании. Стратегии маркетинга образовательных услуг. Сегментация рынка образовательных услуг. Основное содержание банковского маркетинга. Управление банковским маркетингом. Анализ страхового рынка России. Основные принципы маркетинга в страховании. Задачи маркетинга. Разработка программы маркетинга страховой компании.