

«Маркетинг»

Цель дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области современного маркетинга

Место дисциплины в структуре ОП: Дисциплина относится к обязательной части общепрофессионального цикла дисциплин блока 1 учебного плана направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом (менеджмент продуктов)», бакалавриат, очная форма обучения.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие, сущность и содержание маркетинга. Определение маркетинга. Предмет маркетинга и модель мышления. Цели и задачи маркетинга. Маркетинг как рыночная концепция управления производством и реализацией товаров. Сферы деятельности маркетинга. Концепции и виды маркетинга. Функции маркетинга. Маркетинговая среда: структура, объекты, их взаимодействие. Система рыночных стратегий, организация и деятельность маркетинговой службы, информация и информационные технологии в маркетинге, маркетинговые исследования. Система маркетинговых исследований, выбор целевых рынков. Товарная и ценовая политика. Товар как объект маркетингового воздействия. Сбытовая политика и продвижение товара. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности. Специфика международного маркетинга. Современные концепции международного маркетинга. Практика и особенности международного маркетинга.