

Аннотация дисциплины

«Рыночное позиционирование и продвижение продукта»

Цель дисциплины: освоение студентами алгоритма и особенностей разработки стратегии позиционирования в условиях российского рынка на разных стадиях жизненного цикла товара

Место дисциплины в структуре ОП: Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, профиля и цикла профиля (элективного), профиля «Менеджмент продуктов» дисциплин учебного плана направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Управление бизнесом (менеджмент продуктов)», бакалавриат, очная форма обучения.

Краткое содержание дисциплины: алгоритм проведения ситуационного анализа: товар, рынок, конкуренты, целевые аудитории; сопоставление данных ситуационного анализа с целями бизнеса, маркетинга и коммуникационной компании; выбор в зависимости от сделанных заключений направления разработки позиционирования; сегментация и позиционирование товаров; маркетинговые исследования; товарная политика фирмы; ценовая политика предприятия; политика распространения товаров; политика продвижения товаров; стратегическое планирование маркетинга.