

Аннотация дисциплины МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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

Краткое содержание:

Особенности маркетинга в отраслевой сфере. Особенности анализа и прогнозирования развития отраслевых рынков. 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.