

Аннотация
примерной программы дисциплины
Б1.В.03.ДВ.04.03 «B2B маркетинг»
подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Менеджмент организации»
форма обучения - очная, заочная

1. Цели и задачи дисциплины: освоение дисциплины предполагает формирование у студентов научных фундаментальных и прикладных знаний в области теории и практики B2B маркетинга; способствует формированию маркетингового мышления, приобретению компетенций, позволяющих активно и творчески учувствовать в разработке и практическом применении современных концепций, методов и моделей B2B маркетинга.

Достижение качественного освоения дисциплины возможно при решении следующих задач:

- изучение особенностей B2B маркетинга, методов и инструментов маркетинга, используемых на рынках B2B;
- ознакомление с современными тенденциями в развитии теоретических основ и практики B2B маркетинга, включая разработку и использование моделей ценности товаров и услуг, маркетинг взаимодействия и партнёрских отношений, маркетинг, ориентированный на стоимость, использование ИТ- технологий в маркетинговой деятельности;
- формирование компетенций, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области маркетинга на рынках B2B, при разработке маркетинговых планов и проектов;
- приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения основных задач маркетинга применительно к рынкам B2B.

2. Место дисциплины в структуре ОП:

Б1.В.03.ДВ.04.03 «B2B маркетинг» относится к вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений и является дисциплиной модуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Операционный менеджмент», «Основы бизнеса», «Стратегический менеджмент», «Теория организации и организационное поведение».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Логистика», «Менеджмент в сфере услуг».

Знания и навыки, полученные в процессе изучения дисциплины Б1.В.03.ДВ.04.03 «B2B маркетинг» будут использованы студентами при написании контрольной работы и изучении последующих профессиональных дисциплин, предусмотренных учебным планом, а также при написании выпускной квалификационной (бакалаврской) работы, в процессе решения круга задач профессиональной деятельности в дальнейшем.

Изучается в 7 семестре

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины Б1.В.03.ДВ.04.03 «B2B маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций: владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов) разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон (ПКН-8).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Освоение содержания учебной дисциплины Б1.В.03.ДВ.04.03 «B2B маркетинг» студенту позволит

знать:

– основные понятия и категории B2B маркетинга, основные положения стратегического управления товаром, ценой, товародвижением и продвижением продукта на рынке B2B; инструментарий анализа, позволяющих получать актуальные данные и информацию, с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон, для стратегического планирования;

– основные методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в процессе управления продуктом, ценой, каналами товародвижения и продвижением продукта;

– методику анализа макро- и микросреды организации; основные принципы обеспечения конкурентоспособности компании и её товаров на рынке B2B; основные методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг организации; основные принципы формирования не копируемых конкурентных преимуществ компании. в том числе ТМ, имиджа, репутации.

уметь:

– применять международный и российский опыт управленческой деятельности;

– применять методы обработки необходимой управленческой информации и её распределения для решения маркетинговых задач, находить решение управленческих задач в сложившихся условиях.

– анализировать информацию о товарах и услугах конкурентов, выявлять преимущества товаров-конкурентов на рынке B2B; применять инструменты оценки конкурентоспособности товаров и услуг и компании в целом.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Планируемая трудоемкость дисциплины Б1.В.03.ДВ.04.03 «B2B маркетинг» составляет 144 час. (4 з.е)

Формы контроля.

Текущий контроль:

– контрольная работа

Промежуточный контроль:

– зачёт.