

## МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И ВИДАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

:

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

:

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 сферы. 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.