

Аннотация дисциплины «Маркетинг»

Цель дисциплины: - формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга.

Место в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, и входит в модуль профиля образовательной программы, разработанной для студентов направления подготовки 38.03.02- «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент».

Краткое содержание:

Маркетинг как философия рынка.

Сущность, принципы и функции маркетинга. Рынок и маркетинговая среда предприятия. Конкуренция на рынке товаров и услуг.

Маркетинговые исследования.

Маркетинговая информационная система (МИС) предприятия. Понятие, цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Анкетные опросы как метод сбора маркетинговой информации. Сегментирование рынка.

Управление маркетинговой деятельностью.

Процесс управления маркетингом. Стратегическое и тактическое планирование маркетинга. Организация службы маркетинга на предприятии. Контроль в системе маркетинга.

Комплекс маркетинга и инструменты его реализации.

Общая характеристика комплекса маркетинга. Товарная политика предприятия. Ценовая политика предприятия. Политика распределения на предприятии. Коммуникационная политика предприятия.

Международный маркетинг.

Основные понятия в международном маркетинге. Стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия. Международный комплекс маркетинга.