

УТВЕРЖДАЮ



Директор ИНО

Е.Л. Сырцова

21 сентября 2016

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Маркетинг»

Учебная дисциплина входит в состав программы профессиональной переподготовки «Менеджмент».

Блок программы: *Общепрофессиональные дисциплины*

Содержание:

Основные концепции. Система ценностей организации. Роль маркетинга в управлении предприятием. Потребитель и поставщик. Сегментация рынка. Маркетинговые исследования.

Анализ потребителей. Сегментация рынка. Стратегия сегментирования, выбор стратегии. Позиционирование. Схема принятия решений. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований.

Анализ товаров и ценовая политика. Маркетинговая смесь 4P. Товар, цена и цели организации. Трехуровневый анализ товара. Жизненный цикл товара. Портфель товаров организации. Структура рынка и ценовая политика. Цена, этапы и стратегия ценообразования. Тактика определения цены.

Коммуникации и распределение (дистрибуция) товара. Мотивы и средства коммуникации. Сравнительный анализ средств коммуникации. Разработка плана коммуникации и оценка его эффективности. Работа с общественностью. Реклама. Поддержка продаж. Торговля. Обеспечение конкурентного преимущества. Логистика.

Анализ внешнего окружения организации. Исследование конкурентоспособности организации в целом. SWOT анализ. STEEP факторы. Международный маркетинг. Методы прогнозирования. Оценка прогнозов. Целеполагание.

Разработка маркетинговой стратегии организации. Стратегии достижения цели. Базовые стратегии развития. Стратегии роста. Диверсификация. Ответственность организации. Информационные системы маркетинга. Этапы маркетингового планирования.