

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Маркетинг»

Направление подготовки

38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) образовательной программы

Электронный бизнес

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1.

Концепции маркетинга Рынок как объективная основа маркетинга. Модели рынка. Схемы концепций маркетинга. Структура. Концепции маркетинга предприятия.

Тема 2.

Маркетинг как система. Маркетинговая среда. Возникновение маркетинга. Развитие маркетинга в России. Внешняя среда и внутренняя среда, их структура. Потребители. Посредники и поставщики

Тема 3.

Маркетинговые исследования. Основные направления исследований в маркетинге. Цели, задачи, объекты и методы маркетинговых исследований. Техники и процедуры. Структура маркетинговых исследований.

Тема 4.

Поведение потребителя. Характер потребностей личности. Теория мотиваций. Оценка потребительского поведения. Моделирование поведения потребителей.

Тема 5.

Система маркетинговой информации. Информация как предмет коммерческого распространения. Технология и индустрия коммерческого распространения информации. Формирование цен на информационные продукты и услуги. Анализ информационного рынка. Продвижение интерактивных услуг.

Тема 6.

Управление маркетингом. Организация и управление маркетинговой деятельностью. Информационное и коммуникационное обеспечение управления маркетингом. Маркетинговый контроль. Оценка эффективности маркетинга. Маркетинговые структуры предприятия. Служба маркетинга. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга.

Тема 7.

Концепция продукта. Товар в системе маркетинга. Классификация товаров личного пользования и товаров производственного назначения. Планирование нового продукта. Жизненный цикл продукта. Разработка концепции нового товара, инновационная составляющая. Освоение рынка новыми товарами. Роль маркетинга в создании и реализации нового товара.

Тема 8.

Инструментарий маркетинга. Сущность и предметное содержание маркетинга. Основные понятия: субъекты и объекты маркетинговых отношений. Задачи и функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная. Принципы, методы и технологии маркетинга. Товар в системе маркетинга. Классификация товаров личного пользования и товаров производственного назначения. Планирование нового продукта. Жизненный цикл продукта.