

Аннотация дисциплины

Маркетинг

Цель дисциплины:

Формирование у студентов базовых знаний в области теории и практики современного маркетинга.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной вариативной части основной образовательной программы и входит в модуль дисциплин по выбору студента, углубляющих освоение профиля (блок 5) для направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «ИТ - менеджмент в бизнесе».

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.