

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в отраслях»

Дисциплина «Маркетинг в отраслях» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование знаний, умений и навыков разработки и применения инструментов комплекса маркетинга с учетом отраслевой специфики
Задачи: - сформировать у студентов знания о требованиях к разработке комплекса маркетинга по отраслям (в т. ч. на рынке В2В) с применением традиционных и инновационных подходов, возможностях использования современных цифровых технологий в маркетинге; - сформировать умения разрабатывать маркетинговую стратегию для организации с учетом отраслевой специфики, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем с использованием современных цифровых технологий; - сформировать навыки разработки и реализации комплекса маркетинга по отраслям (в т.ч.на рынке В2В) в традиционной и цифровой среде, оценки эффективности маркетинговых программ..

Изучаемые объекты дисциплины

- отраслевые особенности маркетинга - рынок В2В - комплекс маркетинга по отраслям.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	8
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	104	72	32
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	32	32	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	66	36	30
- контроль самостоятельной работы (КСР)	6	4	2
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	148	108	40
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет	9		9
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	252	180	72

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Тема 2. Маркетинг услуг	18	0	20	58
Особенности комплекса маркетинга в NORECA, финансовых услугах, индустрии впечатлений, медицине, туризме, недвижимости, социальной сфере и т.п. Специфика потребителя в сфере услуг (по отраслям). Особенности анализа внешней среды в сфере услуг.				
Тема 1. Маркетинг в торговле	14	0	16	50
Суть отраслевого маркетинга. Оптовая и розничная торговля. Особенности комплекса маркетинга в дистрибуции, FMCG, для маркетплейсов, автодилеров и т.п. Специфика потребителя в торговле. Особенности анализа внешней среды в торговле.				
ИТОГО по 7-му семестру	32	0	36	108
8-й семестр				
Тема 4. B2B потребитель	0	0	6	10
Характеристики и особенности коммуникации с потребителем на B2B рынке. B2B-потребитель. Сегментирование на рынке B2B				
Тема 4. Промышленный маркетинг	0	0	12	16
Типы продуктов на рынке B2B. Особенности продукта на промышленном рынке. Оценка конкурентоспособности продукта и компании. Бенчмаркинг для B2B компаний.				
Тема 5. Особенности продаж на промышленных рынках.	0	0	12	14
Специфика работы маркетингового подразделения на B2B рынке. Построение системы продаж. Особенности онлайн-коммуникаций для B2B (интернет-маркетинг, SMM)				
ИТОГО по 8-му семестру	0	0	30	40
ИТОГО по дисциплине	32	0	66	148