

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 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 традиционной и цифровой среде, оценки эффективности маркетинговых программ..

Изучаемые объекты дисциплины

- отраслевые особенности маркетинга - рынки B2B, B2C - комплекс маркетинга по отраслям.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	72	72
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)	36	36
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	108	108
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет	9	9
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	180	180

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 1. Отраслевой маркетинг	8	0	4	16
Особенности взаимодействия с потребителем при производстве и продаже товаров по отраслям. Классификация отраслей. Классификация товаров. Особенности анализа среды для разных отраслей. Работа с данными.				
Тема 4. Промышленный маркетинг	8	0	8	28
Характеристики и особенности коммуникации с потребителем на B2B рынке. B2B-потребитель. Сегментирование на рынке B2B. Типы продуктов на рынке B2B. Особенности продукта на промышленном рынке. Оценка конкурентоспособности продукта и компании. Бенчмаркинг для B2B компаний. Продажи и сбыт на B2B-рынке				
Тема 3. Маркетинг в торговле	8	0	12	32
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.				
Тема 2. Маркетинг услуг	8	0	12	32
Понятие услуги как объекта маркетинга и продаж. Особенности комплекса маркетинга в HORECA, 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.				
ИТОГО по 7-му семестру	32	0	36	108
ИТОГО по дисциплине	32	0	36	108