

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Промышленный маркетинг»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

**Направленность (профиль):** Производственный менеджмент

**Общий объем дисциплины** – 4 з.е. (144 часов)

**Форма промежуточной аттестации** – Зачет.

**В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:**

- ПК-6.1: Демонстрирует знание методов и технологий анализа рынка промышленной продукции;
- ПК-6.2: Разрабатывает товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия;

**Содержание дисциплины:**

Дисциплина «Промышленный маркетинг» включает в себя следующие разделы:

**Форма обучения очно - заочная. Семестр 8.**

**1. Концепция промышленного маркетинга.** Понятие и сущность промышленного маркетинга, его цели, принципы и функции. Концепции маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции..

**2. Управление маркетинговой деятельностью рынка промышленной продукции.** Анализ и оценка новых рыночных возможностей. Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Организация маркетинговой деятельности. Методы и технологии анализа рынка промышленной продукции..

**3. Промышленная среда маркетинга.** Основные факторы микросреды. Основные факторы макросреды и методики анализа рынка промышленной продукции..

**4. Поведение потребителей на промышленном рынке.** Модель поведения покупателей. Характеристики покупателей и методик анализа рынка промышленной продукции. Процесс принятия решения о покупке. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки..

**5. Маркетинговые исследования промышленных рынков.** Методика маркетинговых исследований и методика анализа промышленных рынков. SWOT-Анализ фирмы..

**6. Сегментирование промышленного рынка и позиционирование промышленных товаров на рынке.** Развитие концепций маркетинга. Сегментирование рынка промышленной продукции с целью выявления новых рыночных возможностей. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование промышленного товара на рынке..

**7. Товарная политика в промышленном маркетинге.** Классификация товаров по назначению, срокам и характеру изготовления и потребления. Особенности маркетинговой деятельности применительно к продукции производственного назначения. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Жизненный цикл товара. Его виды. Цели и виды маркетинговой деятельности с учетом жизненного цикла товара. Оценка новых рыночных возможностей..

**8. Маркетинговые коммуникации в промышленной среде.** Стратегии и методы маркетинговой коммуникации в промышленной среде. Комплекс стимулирования. Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования и оценка новых рыночных возможностей..

**9. Распределение товаров промышленного назначения и товародвижение.** Каналы распределения товаров промышленного назначения. Структура и управление каналами распределения. Товародвижение. Ценовая и сбытовая политика предприятия..

**10. Реклама, пропаганда в промышленной среде.** Реклама. Разработка бюджета рекламы. Рекламное обращение. Основные средства стимулирования потребителей. Пропаганда. Оценка результатов пропагандистской деятельности и новых рыночных возможностей..

Разработал:  
доцент  
кафедры ЭиУ

В.В. Углинская

Проверил:

И.о. декана ТФ

Ю.В. Казанцева