

АННОТАЦИЯ

«Маркетинг»

Цель дисциплины: обеспечить студентов необходимыми знаниями об основах маркетинга, тенденциях и перспективах его развития, обучить конкретному инструментарию по организации и управлению спросом, сформировать навыки использования полученных знаний для выполнения профессиональных функций в сфере предпринимательской деятельности для различных отраслей народного хозяйства, а также государственного и муниципального управления.

Содержание дисциплины:

Наука маркетинга как социальное и экономическое явление. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Маркетинговые исследования. Сегментирование и позиционирование. Коммуникационный механизм маркетинга. Точки контакта. Рыночное предложение. Товар. Услуга. Ценообразование. Места продаж. Продвижение. Бренд-менеджмент. Управление рыночным предложением. B2C, B2B, B2G. Международный маркетинг. Организация и управление маркетингом.

Программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.01 «Государственное и муниципальное управление», квалификация (степень) «бакалавр».