

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 16:03:24

Уникальный программный ключ:

ef5a4fe6ed0ffdf7f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f6bea382b8d602

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Промышленный маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) – «Маркетинг и управление инновационными проектами»

Уровень образования - бакалавриат

Форма обучения – очная

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является обеспечение студентов знаниями особенностей маркетинговой деятельности на промышленном рынке.

Изучение дисциплины предполагает решение следующих задач:

- обеспечить понимание особенностей промышленного рынка, поведения промышленных покупателей и процесса покупки промышленных товаров;
- рассмотреть вопросы маркетинговых исследований на промышленном рынке;
- сформировать профессиональные навыки: в разработке комплекса маркетинга для промышленного предприятия.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы и направлена на формирование профессиональной компетенции ПК-5 «Способен проводить маркетинговые исследования и формировать предложения по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на основе результатов исследования».

Входные требования к дисциплине - знание экономики предприятия, умение определять экономические результаты деятельности предприятия, разрабатывать мероприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга для увеличения продаж; иметь опыт расчета и оценки основных экономических показателей для построения конкурентной карты рынка в целях принятия обоснованных управленческих решений.

Выходные требования к дисциплине - знание особенностей спроса и предложения на продукцию промышленного рынка, особенностей поведения промышленных покупателей, основных принципов организации маркетинговой деятельности на рынке B2B; умение использовать инструментарий маркетинговых исследований для сбора и системной обработки маркетинговой информации; опыт деятельности: в анализе конъюнктуры рынка B2B, в формировании предложений по совершенствованию комплекса маркетинга для промышленного предприятия.

3. Краткое содержание дисциплины

Дисциплина включает изучение четырех разделов: 1) Особенности промышленного маркетинга. Промышленный рынок. 2) Характеристика промышленного покупателя. 3) Маркетинг специфических видов продукции. 4) Реализация маркетинговых программ.

Разработчик:

Старший преподаватель Андрианова Н.А.