

Содержание курса.

В учебном пособии приведены материалы, предназначенные для оказания помощи студентам, изучающим дисциплину «Маркетинг». Пособие знакомит с основами маркетинга, с принципами разработки концепций продукции. В нем отражены теоретические основы маркетинга, дано представление о направлениях маркетинга, их вкладе в развитие дисциплины; процессе формирования стратегий на предприятии, обоснование бизнес – плана.

Учебное пособие включает в себя следующие разделы теоретического материала:

- Тема 1. Сущность и концепции маркетинга.
- Тема 2. Методы изучения рынка: цели, задачи и анализ полученных результатов.
- Тема 3. Сегментация рынка и позиционирование на нём.
- Тема 4. Разработка концепции продукции.
- Тема 5. Маркетинговое обоснование бизнес-плана.
- Тема 6. Организация службы маркетинга на предприятии.
- Тема 7. Ценовая стратегия.
- Тема 8. Организация товародвижения.
- Тема 9. Директ-маркетинг, как часть общей системы маркетинга.
- Тема 10. Реклама и публичных отношений.
- Тема 11. План маркетинга и контроль его исполнения.