



по учебной дисциплине «Маркетинг»

Раздел 1 Современная концепция маркетинга

[1.1. Маркетинг как философия бизнеса](#)

[1.2. Маркетинг как вид человеческой деятельности](#)

Раздел 2 Маркетинговые исследования

[2.1. Информационная база маркетинга](#)

[2.2. Сущность маркетинговых исследований](#)

[Практическое занятие «Сущность маркетинговых исследований»](#)

[2.3. Исследование рынка](#)

[2.4. Маркетинговое понимание рынка](#)

[2.5. Конъюнктура рынка и ее факторы](#)

[Практическое занятие «Конъюнктура рынка и ее факторы»](#)

[2.6. Сегментирование рынка](#)

[Практическое занятие «Сегментирование рынка»](#)

[2.7. Критерии сегментации рынка](#)

Раздел 3 Поведение покупателей и потребителей

[3.1. Поведение покупателей на потребительском рынке](#)

[3.2. Особенности группы покупателей](#)

[Практическое занятие «Особенности группы покупателей»](#)

[3.3. Особенности организации-потребителя](#)

[3.4. Факторы влияния на покупательское поведение](#)

[3.5. Защита прав потребителей](#)

Раздел 4. Товарная политика

[4.1. Сущность товарной политики](#)

[4.2. Товарная номенклатура](#)

[4.3. Ассортимент товаров](#)

[Практическое занятие «Ассортимент товаров»](#)

[4.4. Создание нового товара](#)

[4.5. Жизненный цикл товара](#)

[Практическое занятие «Жизненный цикл товара»](#)

[4.6. Исследование и прогнозирование конкурентоспособности товара](#)

[Практическое занятие «Прогнозирование конкурентоспособности товара»](#)

MARKETING

[4.7 Товарный знак](#)

[4.8 Товарная номенклатура и ассортимент](#)

[4.9 Упаковка и маркировка](#)

[4.10 Сервис в товарной политике](#)

[4.11 Новый товар. Основные этапы создания нового товара](#)

Раздел 5. Сбытовая политика

[5.1 Структура системы распределения](#)

[5.2 Каналы сбыта](#)

[5.3 Оптовая и розничная торговля](#)

[5.4 Логистика](#)

[5.5 Рыночные структуры, участвующие в реализации сбытовой политики](#)

[Практическое занятие «Типы и функции посредников»](#)

[5.6 Планирование рекламной кампании](#)

[Практическое занятие «Планирование рекламной кампании»](#)

Раздел 6. Ценовая политика

[6.1 Рыночные основы ценовой политики](#)

[6.2 Стратегии рыночного ценообразования](#)

[6.3 Установление цены на новые товары](#)

[6.4 Понятие скидок](#)

[6.5 Управление ценами](#)

Раздел 7. Коммуникационная политика

[7.1 Формирование коммуникационной политики](#)

[7.2 Массовые коммуникации](#)

[Практическое занятие «Массовые коммуникации»](#)

[7.3 Современная система массовых коммуникаций](#)

[7.4 Модели массовых коммуникаций](#)

[7.5 Личные коммуникации](#)

[7.6 Формы прямого маркетинга](#)

[7.7 Личная продажа](#)

Раздел 8. Управление маркетингом

[8.1 Стратегическое маркетинговое планирование](#)

[8.2 Базовые стратегии роста фирмы](#)

[8.3 Организация и контроль маркетинговой деятельности](#)

MARKETING