

Маркетинг

Презентация курса

Требования к программе

- Программа курса "Маркетинг", предназначена для студентов бакалавриата ВВАГС и составлена в соответствии с требованиями Государственных образовательных стандартов
-

Цели изучения курса

Преподавание курса направлено на формирование у студентов представления о том, что:

- маркетинг является средством достижения экономических целей предприятия, повышения его конкурентоспособности за счет эффективного удовлетворения запросов рынка
-

Системный подход к изучению курса

- Концепция маркетинга рассматривается в программе **с системной точки зрения**: не только как самостоятельная научная дисциплина, но и как целостное направление в подготовке специалистов нового поколения, которое дает студентам возможность понять:
 - как приемы и методы разных наук могут быть использованы для повышения эффективности рыночной деятельности предприятия.
-

Комплексный подход к изучению курса

- В преподавание курса "Маркетинг" заложен комплексный подход, который предполагает применение общенаучных, аналитико-прогностических методов, методических приемов из разных областей знаний для решения широкого диапазона рыночных задач, стоящих перед предприятием в современных условиях.
-

Основная идея, заложенная в содержание программы курса состоит в том, что область маркетинга – интегрированная область знаний



Задачи курса

- Программа преследует задачи обучить студентов **навыкам:**
 - активной маркетинговой деятельности на рынке
 - методам системного решения проблем производства и сбыта товаров,
 - гибкого приспособления к изменениям рынка,
 - дифференцированного подхода к потребителям,
 - разработки и реализацию маркетинговых программ, рынке
-

Содержание курса

- В программе содержится 10 тем, которые объединены в 4 раздела.
 - **Вводная часть** посвящена теоретическим, концептуальным основам маркетинговой деятельности, методологии современного маркетинга. Особое место отводится характеристике понятийного аппарата маркетинга и его взаимосвязи с другими науками.
-

Первый раздел программы курса

- Далее в программе раскрываются функции маркетинговой деятельности. **Первый раздел** содержит характеристику аналитической (исследовательской) функции. Здесь рассматриваются система маркетинговых исследований и маркетинговой информации, а также структура и содержание комплексного исследования рынка.
-

Второй раздел программы курса

- Во **втором разделе** раскрывается сущность производственной (созидательной) функции маркетинга, которая заключается в выработке подходов к планированию товарного ассортимента предприятия, в разработке и внедрении новой продукции, в управлении ее качеством и конкурентоспособностью
-

Третий раздел программы курса

- Сбытовая функция маркетинга (функция продаж) рассматривается в **третьем разделе** программы. Здесь присутствуют вопросы, касающиеся организации товародвижения и сбыта, деятельности предприятия по формированию спроса и его стимулированию, а также раскрывается сущность ценовой политики в системе маркетинговых средств.
-

Четвертый раздел программы курса

- **Четвертый раздел** посвящен функции управления маркетинговой деятельностью. В нем характеризуются направления стратегического и тактического планирования, содержание маркетинговых программ, вопросы организации службы маркетинга на предприятии.
-

Содержание практических заданий

- Практические занятия направлены на формирование у студентов навыков:
 - маркетингового исследования целевого рынка и его сегментации,
 - ревизии товарного ассортимента и выработки путей его оптимизации,
 - анализа факторов формирования сбытовой сети предприятия и выбора методов сбыта,
 - разработки направлений ценовой политики, программ формирования спроса и стимулирования сбыта,
 - навыков маркетингового планирования, расчета бюджета маркетинга, организации службы маркетинга на предприятии.
-

Маркетинг как творческий процесс

- Содержание практических заданий способствует пониманию студентами сути практического маркетинга как **творческого процесса**
 - Маркетинг – наука и искусство одновременно. Его сутью является постоянные изменения всех сторон деятельности предприятия
-

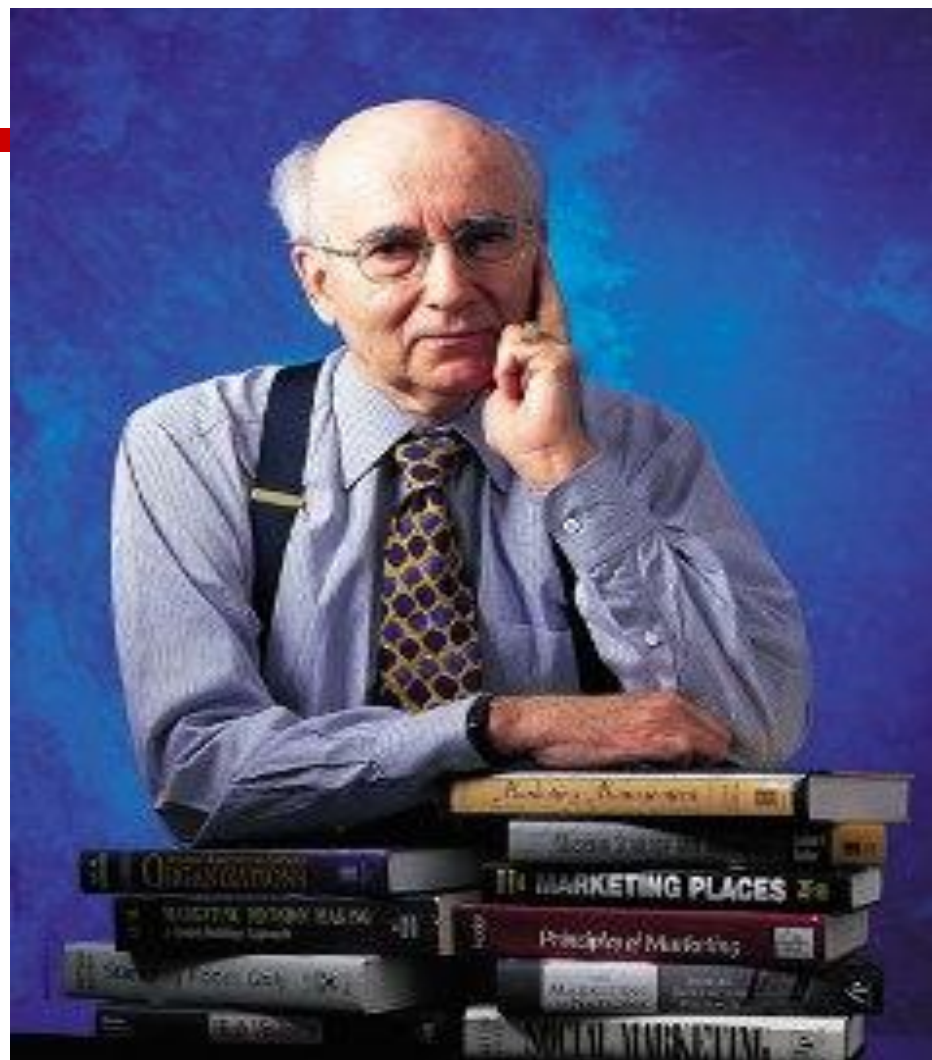
Содержание программы

- **Тема 1 Введение.** Сущность и содержание маркетинга. Методология современного маркетинга
 - **Раздел I. Аналитическая (исследовательская) функция маркетинга**
 - *Тема 2.* Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации
 - *Тема 3.* Комплексное исследование рынка в системе маркетинга
 - **Раздел II. Производственная (созидательная) функция маркетинга**
 - *Тема 4.* Планирование товарного ассортимента в системе маркетинг
 - Разработка и внедрение новой продукции. Конкурентоспособность товара
 - **Раздел III. Сбытовая функция маркетинга (функция продаж)**
 - *Тема 6.* Распределение и сбыт в системе маркетинга
 - *Тема 5.* Цена в системе маркетинговых средств
 - *Тема 7.* Политика продвижения
 - **Раздел IV. Функция управления и контроля маркетинговой деятельностью**
 - *Тема 8.* Планирование и контроль в маркетинге
 - Организация маркетинговой деятельности
 - *Тема 9.* Международный маркетинг. Особенности различных типов маркетинга
 - Итоговое тестирование
 - **Форма итогового контроля знаний – экзамен**
 - **Форма организации самостоятельной работы – курсовая работа**
-

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

Литература основная:

- 1. Анурин В.Ф., Муромкина И.И., Евтушенко Е.В. Маркетинговые исследования потребительского рынка. – СПб: Питер, 2004.
 - 2. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. – М.: ИНФРА-М, 1997.
 - 3. Багиев Г. Л. Тарасевич В.Н, Анн Х. Маркетинг. – М.: Экономика, 1999
 - 4. Голубков Е.П. Основы маркетинга. – М.: Изд-во «Финпресс», 1999
 - 5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: Финпресс, 2006. – 461 с.
 - 6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. – СПб.: Издат. дом "Вильямс", 2007.
 - 7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 12 издание. – СПб.: Питер, 2007.
 - 8. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг – СПб.: Питер, 2004.
 - 9. Морозова Г.А. Система маркетинга. Монография. – Н.Новгород, Волго-Вятское книжное издательство, 1992. – 6,66 п. л.
 - 10. Морозова Г.А. Методология маркетинговых исследований в регионе: Учебное пособие. - Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 1998. - 7,9 п.л.
 - 13. Морозова Г.А. Международный маркетинг: Методическое пособие. - Н.Новгород: Нижегородский образовательный консорциум, 1999. - 3,3 п.л.
 - 14. Морозова Г.А. Практический маркетинг в регионе. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2000. - 10,3 п.л.
 - 15. Морозова Г.А. Разработка маркетинговой стратегии. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2001. - 11,0 п.л.
 - 16. Морозова Г.А. Управление маркетингом в регионе. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2002. - 17,4 п.л.
 - 17. Морозова Г.А. Маркетинговые технологии в регионе. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2003. - 14 п.л.
 - 18. Морозова Г.А. Продвижение продукта в регионе. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2004. – 13,3 п.л.
 - 19. Морозова Г.А. Конкурентоспособность региона: маркетинговый подход. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2005. – 14,5 п.л.
 - 20. Морозова Г.А. Инновационный маркетинг. Монография. Н.Новгород: Волго-Вятская академия государственной службы, 2006. – 9,0 п.л.
 - 21 . Ноздрева Р.Б., Гречков В.Д. Маркетинг. – М.:Юристъ, 2000.
 - 22. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2000. – 752 с.
-



Книги Ф. Котлера



Книга Ж-Ж Ламбена



Перечень информационных сайтов, используемых при изучении курса

- **1. Поисковые системы:**
- www.excite.ru,
- www.webcraw.ru,
- www.yandex.ru,
- www.rambler.ru,
- www.aport.ru.
- **2. Порталы, каталоги**
- www.marketing.spb.ru – «Энциклопедия маркетинга»
- www.ru – «Россия в сетях»
- www.nn.ru – «Нижний Новгород в сетях»
- www.runet.nnov.ru – «Маркетинг и менеджмент в Н.Новгороде»
- www.aup.ru – «Административно-управленческий портал»
- www.odele.ru – «Федеральный деловой портал»
- www.marketingpro.ru – Информационный портал по прямому маркетингу
- www.nasamarka.ru – «Каталог российских брендов»
- www.logo.mino.ru – «Каталог зарегистрированных товарных марок»
- www.okresearch.ru – Каталог сайтов о маркетинге и рекламе
- www.org.nizhny.ru – Каталог организаций Нижнего Новгорода
- www.retail.ru – «Маркетинг в торговле» (еженедельник, «Обзор цен»)
- www.innov.ru – «Нижегородский бизнес он-лайн»
- www.dfk.ru – Интернет-конференция маркетологов
- ~~www.sostav.ru – Информационно-аналитический портал «Новости маркетинга и рекламы»~~

Перечень информационных сайтов, используемых при изучении курса

□ 3. Тематические сайты

- www.dis.ru – Издательская группа «Дело и сервис» (Электронная библиотека по маркетингу и менеджменту)
 - www.cfin.ru – “Корпоративный менеджмент” (вопросы управления маркетингом)
 - www.4p.ru – Подборка журнальных статей по маркетингу
 - www.infowave.ru – “Маркетинговые исследования и разработки”
 - www.mamba.ru – Информация для успешного ведения бизнеса
 - www.sostav.ru – Информационно-аналитический портал по бизнесу
 - www.gortis.ru – Практика рыночных исследований, обзоры рынков
 - www.es.ru - Журнал о рекламе и маркетинге «YES!»
 - www.rwr.ru - Сайт «Все о рекламе в России»
 - www.imageline.ru – «Прямой маркетинг. Примеры проектов»
-

Перечень информационных сайтов, используемых при изучении курса

□ 4. Информационные сайты

- www.infogroup.ru – “Цены, товары, услуги”
 - www.gubernia.ru – Сайт Нижегородской областной администрации
 - www.infors.ru – Аналитические обзоры, статистика, подбор прессы
 - www.gks.ru – Госкомстат
 - www.nizstat.sinn.ru – Нижегородский областной комитет государственной статистики
 - www.vedomosti.ru – Экономическая газета «Ведомости»
 - www.expert.ru – Еженедельное издание “Эксперт” с приложениями
 - www.yarmarka.ru – Российский рынок продуктов питания
 - www.conditer.ru – Российский рынок кондитерских товаров
 - www.coffeetea.ru – Российский рынок кофе и чая
 - www.upakmix.ru – Российский рынок упаковки
 - www.marketingsurveys.ru – Рынок услуг по проведению маркетинговых исследований
 - www.creatiff.ru – Еженедельник о рекламе, обзор рекламных кампаний
 - www.worldstat.ru – Статистический справочник “Страны мира”
 - www.poll4all.ru – Российский сайт опросов в Интернете
-

Перечень информационных сайтов, используемых при изучении курса

□ **Корпоративные сайты**

- www.salespromotion.ru – Российская ассоциация стимулирования сбыта
- www.esomar.nl – Европейская Ассоциация исследователей рынка «Есомар»
- www.pro-invest.ru – Компания “Про-инвест”
- www.rbc.ru – “Росбизнесконсалтинг”
- www.divo.ru – Консалтинговая компания “ДИВО”

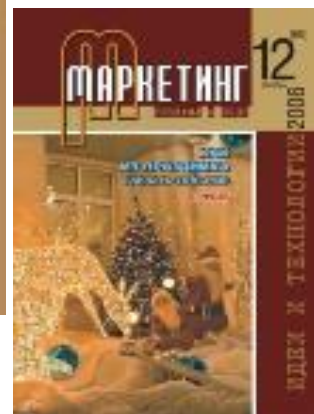
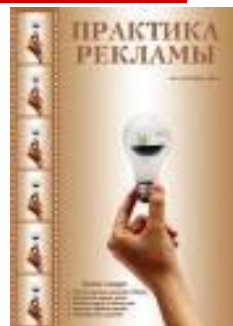
□ **6. Торговые системы**

- www.deloshop.ru – Магазин “готового бизнеса” (продажа проектов)
 - www.avtomarket.ru – Авто-мото-магазин
 - www.porta.ru – Магазин бытовой техники
 - www.bolero.ru – Магазин товаров для детей
 - www.vsem.ru – Продажа книг
 - www.ozon.ru – Продажа книг
 - www.palmshop.ru – Компьютеры и оргтехника
 - www.deniza.ru – Одежда и обувь
 - www.komus.ru – Канцелярские товары оптом и в розницу
-

Современная литература по маркетингу



Отраслевые периодические издания



Цель маркетинга – создать, завоевать и удержать рынок!

**Изменитесь
или умрите!**
