

# 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

---

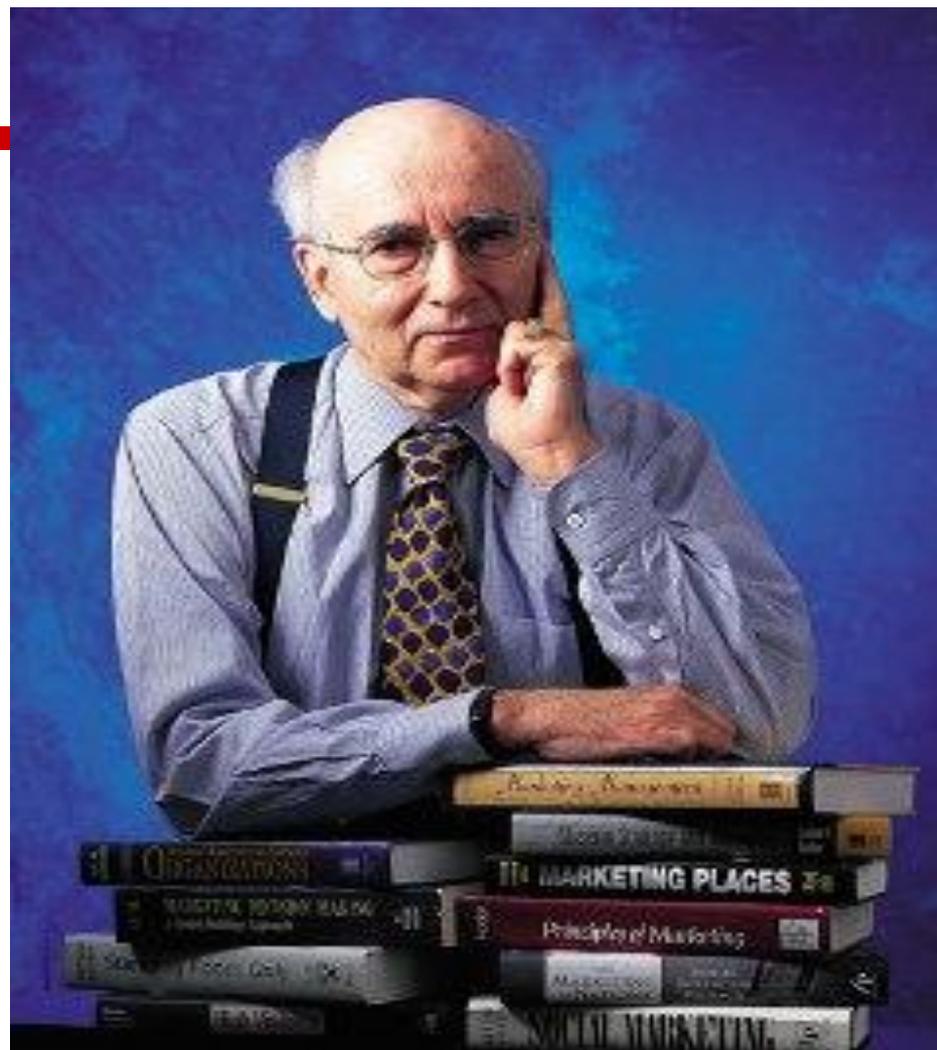
- **Тема 1 Введение.** Сущность и содержание маркетинга. Методология современного маркетинга
  - **Раздел I. Аналитическая (исследовательская) функция маркетинга**
    - *Тема 2.* Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации
    - *Тема 3.* Комплексное исследование рынка в системе маркетинга
  - **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](http://www.excite.ru),
- [www.webcraw.ru](http://www.webcraw.ru),
- [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru),
- [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru),
- [www.aport.ru](http://www.aport.ru).

## □ 2. Порталы, каталоги

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

# Перечень информационных сайтов, используемых при изучении курса

---

## □ 3. Тематические сайты

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

# Перечень информационных сайтов, используемых при изучении курса

---

## □ 4. Информационные сайты

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

# Перечень информационных сайтов, используемых при изучении курса

---

## □ **Корпоративные сайты**

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

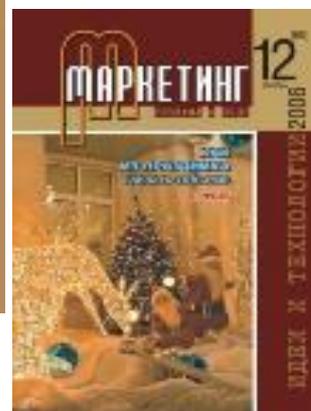
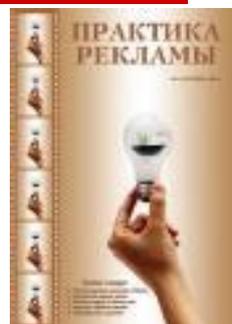
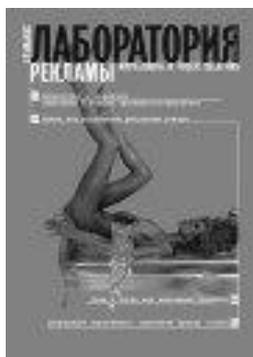
## □ **6. Торговые системы**

- [www.deloshop.ru](http://www.deloshop.ru) – Магазин “готового бизнеса” (продажа проектов)
  - [www.avtomarket.ru](http://www.avtomarket.ru) – Авто-мото-магазин
  - [www.porta.ru](http://www.porta.ru) – Магазин бытовой техники
  - [www.bolero.ru](http://www.bolero.ru) – Магазин товаров для детей
  - [www.vsem.ru](http://www.vsem.ru) – Продажа книг
  - [www.ozon.ru](http://www.ozon.ru) – Продажа книг
  - [www.palmshop.ru](http://www.palmshop.ru) – Компьютеры и оргтехника
  - [www.deniza.ru](http://www.deniza.ru) – Одежда и обувь
  - [www.komus.ru](http://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!**

---