

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины «Основы маркетинга»**

Направление подготовки: 39.03.01 «Социология»

Направленность (профиль): «Экономическая социология и маркетинг»

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: приобретение знаний, умений и навыков в области теории и практики маркетинга для их эффективного использования в профессиональной деятельности.

Объем дисциплины: 6 з.е. (216 часов)

Семестр: 4

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Введение в курс «Основы маркетинга»	Сущность, задачи, законы, функции маркетинга. История и эволюция развития маркетинга Классификация и виды маркетинга Маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации. Особенности операционализации задач конкретного социологического и маркетингового исследования. Законодательная база использования маркетинговой информации.
2	Бизнес-модели в маркетинге	B2B-маркетинг. Сущность и основы B2B-маркетинга. B2C-маркетинг. Сущность и основы B2C-маркетинга. B2G-маркетинг. Сущность и основы B2G-маркетинга. Маркетинг в сфере C2C и C2B . Маркетинговые коммуникации. CRM-маркетинг.
3	Маркетинг товаров и услуг	Маркетинг товародвижения Многоугольник конкурентоспособности. Методика Кано. Маркетинг продвижения товара. Каналы маркетингового продвижения. Сегментирование в маркетинге. Позиционирование в маркетинге.
4	Управление маркетингом. Механизм, способы и пути проверки задач и гипотез маркетингового исследования.	Стратегический маркетинг Матрица Бостонской консалтинговой группы (BCG).Маркетинговые исследования. Сущность и предназначение маркетинговых исследований. Механизм, способы и пути проверки задач и гипотез маркетингового исследования. Маркетинговое планирование Управление маркетингом Бюджетирование маркетинга.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.