

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02 «МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ В2В»
по направлению подготовки магистратуры
38.04.02 « Менеджмент»
направленность подготовки
«Маркетинг и продажи»

1. Основные разделы (дидактические единицы) дисциплины

Введение. Природа маркетинга В2В. Структура, особенности и тенденции развития рынков В2В. Информационная система маркетинга. Стратегический маркетинг на промышленных рынках. Маркетинговые коммуникации В2В компании. Организация маркетинговой деятельности В2В компании.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

Научно-исследовательская деятельность:

- Выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- Разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- Разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- Разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
- Поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;
- Подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций.

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и направленности подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО или их элементов):

Общекультурные компетенции:

ОК-1 – способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу ;

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1 – готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

ОПК-3 – способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования ;

Профессиональные компетенции:

ПК-6 – способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.

ПК-7 – способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;

По компетенциям **ОК-1, ОПК-1, ОПК-3** обучающийся должен:

– **ЗНАТЬ:**

- специфику промышленного маркетинга.
- основные факторы, определяющие перспективные рынки ;
- основные подходы к выработке товарной политики на рынке B2B;
- основные способы и конкретные мероприятия по продвижению товара на рынке B2B;
- факторы выбора ценовой политики и применения различных ценовых стратегий на рынке B2B;
- принципы организации и управления маркетинговой деятельностью на рынке B2B;
- Ставить и решать основные задачи маркетинга применительно к рынкам B2B.

УМЕТЬ:

- проводить оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности
- понимать основные понятия и категории промышленного маркетинга.
- практически осуществлять использование изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области маркетинга на рынках B2B

По компетенциям **ПК-6, ПК-7** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- специфику промышленного маркетинга
- факторы выбора ценовой политики и применения различных ценовых стратегий на рынке B2B;
- принципы организации и управления маркетинговой деятельностью на рынке B2B;

УМЕТЬ:

- практически осуществлять использование изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области маркетинга на рынках B2B
- составить досье на фирмы, которые являются партнерами или конкурентами организации

ВЛАДЕТЬ:

- навыками применения товарных, ценовых, сбытовых и коммуникационных технологий на рынке B2B;

3. Объем курса, виды учебной работы и формы промежуточной аттестации:

Трудоемкость дисциплины:	– 3 зачетных единиц
Всего часов	– 108 час.
Из них:	
Аудиторных	– 36 час.
Из них:	
лекций	- 10 час.
практических	– 26 час.
Самостоятельная работа	– 72 час.
Виды промежуточного контроля:	
Зачет	– 3 семестр