

Цель освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «B2B маркетинг» является приобретение студентами знаний об особенностях маркетинговой деятельности на промышленном рынке и рынке B2B в малом и среднем бизнесе. Получение компетенций в управленческой и операционной деятельности маркетолога на рынке B2B в малом и среднем бизнесе. В данной программе рассматривается B2B маркетинг в малом и среднем бизнесе. Его особенности, стратегии и тактики, а также операционные задачи отделов маркетинга предприятий, действующих на рынках B2B в малом и среднем бизнесе. В результате изученного курса студенты должны иметь представление о маркетинговой стратегии предприятий ведущих деятельность на бизнес-рынках. Уметь принимать управленческие решения, решать тактические задачи, которые поставлены перед отделом (департаментом) маркетинга, понимать взаимосвязь отдела маркетинга с другими отделами компании и уметь работать в этой взаимосвязи. Программа направлена на развитие навыков управленческого персонала по специальности.

Краткое содержание дисциплины

1. Основы B2B маркетинга. Масштабы бизнес-маркетинга и условия формирования бизнес-рынков.
2. Спрос на B2B рынке.
3. Формирование маркетинговой стратегии на B2B рынке.
4. Закупки и покупательское поведение на B2B рынках.
5. Маркетинговый анализ на рынке B2B и конкурентная разведка.
6. Управление продажами и каналами дистрибуции на B2B рынке.
7. Маркетинговые коммуникации на B2B рынке.

Язык преподавания: русский

Преподаватель



Рыкалина Ольга Владимировна

Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,
108 часов.

Место дисциплины в учебном плане

вариативная, третий триместр.

Итоговый контроль

Проводится по дисциплине проводится в форме защиты итогового проекта.