

## Цель освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «В2В маркетинг» является приобретение студентами знаний об особенностях маркетинговой деятельности на промышленном рынке и рынке В2В в малом и среднем бизнесе. Получение компетенций в управленческой и операционной деятельности маркетолога на рынке В2В в малом и среднем бизнесе. В данной программе рассматривается В2В маркетинг в малом и среднем бизнесе. Его особенности, стратегии и тактики, а также операционные задачи отделов маркетинга предприятий, действующих на рынках В2В 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 В2В маркетинга. Масштабы бизнес-маркетинга и условия формирования бизнес-рынков.
2. Спрос на В2В рынке.
3. Формирование маркетинговой стратегии на В2В рынке.
4. Закупки и покупательское поведение на В2В рынках.
5. Маркетинговый анализ на рынке В2В и конкурентная разведка.
6. Управление продажами и каналами дистрибуции на В2В рынке.
7. Маркетинговые коммуникации на В2В рынке.

## Преподаватель



Рыкалина  
Ольга Владимировна

## Общая трудоемкость дисциплины

3 зачетные единицы,  
108 часа.

## Итоговый контроль

Проводится в форме защиты творческой домашней работы.