

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Б1.В.ДВ.03.01 Маркетинг

*Наименование дисциплины (модуля)*

**Автор:** Кандидат социологических наук Астахова А.С.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 39.03.01 Социология  
профиль Современная социальная теория

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:** дать базовые представления о предметном поле маркетинга, как области знания и практической деятельности.

#### План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1	Основы маркетинга	Тема 1. Концепция маркетинга.  Рыночные отношения и маркетинг. Концепция управления маркетингом. Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Социальная этика и маркетинг. Общество потребления.  Тема 2. Основные понятия маркетинга.  Рынок. Виды рынков и специфика реализации маркетинговой политики. Продукт. Услуга. Этапы разработки нового продукта. Сегментирование рынка. Целевые сегменты рынка. Промежуточные и конечные потребители. Позиционирование товара. Ценовая политика.
2	Маркетинговые исследования	Тема 1. Наблюдение за поведением потребителей.  Анализ потребительского трафика  Психологические и психофизиологические методы оценки поведения потребителей  Социологические методы оценки поведения потребителей.  Специфика применения социологических методов в маркетинге.  Тема 2. Фокус-группа.  Сфера применения фокус-групп в маркетинге. Основные правила проведения фокус-групп.  Тема 3. Тайный покупатель.

		<p>Сфера применения наблюдений «Тайный покупатель» в маркетинге. Основные правила проведения наблюдений.</p> <p>Тема 4. Анкетный опрос (оценка удовлетворенности потребителей)</p> <p>Сфера применения анкетных опросов в маркетинге. Основные правила проведения анкетных опросов. Композиция анкеты и представление результатов.</p>
3	Брендинг	<p>Тема 1. Разработка бренда компании сферы услуг.</p> <p>Основные элементы бренда. Фирменный стиль. Бренд-бук. Правовое регулирование брендинга. Маркетинговые исследования и брендрование.</p> <p>Тема 2. Ребрендинг.</p> <p>Анализ существующего бренда. Ребрендинг: основные принципы и ошибки реализации.</p> <p>Тема 3. Разработка рекламной кампании.</p> <p>Концепция рекламной кампании. Медиапланирование. Размещение рекламы. Основные ошибки рекламной кампании. Реклама и ценовая политика.</p>

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Формы текущего контроля:

- при проведении занятий лекционного типа:
  - контроль посещаемости;
- при проведении занятий семинарского типа:
  - ответ на практическом (семинарском) занятии, дискуссия;
  - решение заданий;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
  - ответ на практическом (семинарском) занятии

Форма промежуточной аттестации: зачет в 5 семестре.

#### **Основная литература:**

1. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Е.И. Мазилкина— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ М.Э. Сейфуллаева— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8095.html>.— ЭБС «IPRbooks»

