

Программа учебной дисциплины «Маркетинг»

Утверждена

Академическим руководителем ООП

«28» мая 2018 г.

Автор	Комиссарова Татьяна Алексеевна
Число кредитов	2 ЗЕ
Контактная работа (час.)	20 час.
Самостоятельная работа (час.)	56 час.
Курс	1
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Основная цель освоения дисциплины «Маркетинг» - освоение теории и практики современного маркетинга с учетом специализации в области спортивной индустрии.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- современные модели маркетинга;
- методы маркетинговых исследований.

Уметь:

- анализировать и оценивать факторы рынка;
- анализировать потребителей;
- описывать целевого потребителя;
- анализировать и оценивать внутренние факторы и возможности организации.

Иметь навыки:

- анализа и решения конкретных маркетинговых задач.

Настоящая дисциплина является адаптационной учебной дисциплиной и готовит студентов к освоению цикла дисциплин направления, в том числе дисциплин «Международный спортивный маркетинг» и «Брендинг в спортивной индустрии».

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Современные модели маркетинга: от покупателя к потребителю. Трансформация функции маркетинга.

Тема 2. Методы маркетинговых исследований, обработки и анализа данных. Исследование рынков.

Тема 3. Анализ и оценка факторов рынка.

Тема 4. Анализ и сегментация потребителей. Описание целевого потребителя.

Тема 5. Анализ и оценка внутренних факторов и возможностей организации. Маркетинг микс.

Тема 6. Создание потребительской ценности и отличительных преимуществ.

Тема 7. Цифровой маркетинг: методология и инструменты.

Тема 8. От идеи продукта к коммерциализации.

Тема 9. Маркетинговая стратегия, позиционирование и дерево стратегий.

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Преподаватель оценивает работу студентов на практических занятиях. Оценки за работу на практических занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Оценка по 10-ти балльной шкале за работу на практических занятиях определяется перед итоговым контролем - О накопл.

Результирующая оценка за дисциплину рассчитывается следующим образом:

$$\text{Результ} = k1 (0,5) * \text{Онакопл} + k2 (0,5) * \text{Оэкз}$$

Способ округления накопленной и результирующей оценки промежуточного контроля: в пользу студента.

В диплом выставляется результирующая оценка по учебной дисциплине. Накопленная оценка сохраняется на передаче и комиссии.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Экзамен может проводиться в форме защиты проектов.

Алгоритм выполнения проекта:

1. Выбор компании (основное направление, сопутствующие направления).
2. Определение потребительской ценности маркетингового продукта.
 - Какую потребительскую ценность мы создали для потребителя?
 - Какие выгоды для потребителей несет наш продукт?
 - В чем состоит ключевое отличительное преимущество нашего предложения?
3. Определение модели воздействия на потребителя.

V. РЕСУРСЫ

V.1 Основная литература

1. П.Дойль Маркетинг менеджмент и стратегии, 4 издание Питер, 2007

V.2 Дополнительная литература

1. Р. Блэкуелл, П. Миниард, Дж.Энджел. Поведение потребителей, Питер, 1999 год или более поздние издания
2. П.Гембл, М.Стоун Маркетинг взаимоотношений с потребителями, М., Гранд, 2002
3. А.Слизовски, Д. Моррисон Маркетинг со скоростью мысли, М. Эксмо, 2003
4. Г. Фоксол, Р.Голдсмит, С.Браун, Психология потребителя в маркетинге - М., Питер, 2001.

V.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10	Из внутренней сети университета (договор)

	Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	Из внутренней сети университета (договор)

V.4 Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
	Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы	
1.	Консультант Плюс	Из внутренней сети университета (договор)
2.	Электронно-библиотечная система Юрайт	URL: https://biblio-online.ru/
	Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)	
1.	Открытое образование	URL: https://openedu.ru/

V.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

– ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);

– мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПЭВМ, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.