

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
 Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
 Дата подписания: 15.06.2023 15:54:11
 Уникальный программный ключ:
 d7278167517f1872739a746e849dcb1abc6ab7a

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины		Товарный маркетинг
Краткое Содержание	Торговый маркетинг представляет маркетинговую концепцию которая позволяет стимулировать рынок в разрезе дистрибьюторской цепочки. Одно из направлений маркетинга, позволяет увеличивать продажи за счет воздействия на товаропроводящую цепь. В товаропроводящую цепь входят все звенья в цепочке производитель – конечный потребитель (дистрибьютор, торговая точка, команда продаж). Понятие и сущность товарного маркетинга. Анализ факторов, влияющих на работу фирмы. Оценка поведения различных групп покупателей. Исследования отдельного сегмента рынка. Анализ ценовой политики организации. Определение характеристик товара и этапов жизненного цикла товара. Оценка конкурентоспособности товара. Управление товарным маркетингом на предприятии. Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации. Разработка рекламного обращения.	
Результаты освоения дисциплины	Владея Способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; выделяет проблемную ситуацию, осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода; Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации сервисной деятельности; Производить выбор организационных решений для формирования сервисной системы обслуживания.	
Трудоемкость, з.е.	3	
Формы отчетности	Зачет с оценкой	
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины		
Основная литература	1. Басовский Л.Е. и др. Маркетинг: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022. - 300 с. ISBN 5-16-000595-1 2. Парамонова Т.Н. и др. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич; под ред. д.э.н., проф. Т. Н. Парамоновой. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 284 с. - ISBN 978-5-394-02068-1. 3. Цахаев Р.К. и др. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 2 -е изд. - М.: Издательско -торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 552 с. ISBN 978 - 5 -394 -02104 -6.	
Дополнительная литература	1. Маркетинг: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с. ISBN 978-5-369- 00402-9, 300 экз. 2. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник / С. А. Ким. - М.: «Издательско -торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 260 с. ISBN 978-5-394-02014-8 3. Маркетинг: Учебник / Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА -М, 2016. - 320 с. ISBN 978 - 5 -16 -009232 -4, 500 экз. 4. Маркетинг розничного торгового предприятия. [Электронный ресурс]: Терминологический словарь / В.В. Никишкин, М.Д. Твердохлебова. - М.: НИЦ ИНФРА -М, 2014. - 96 с.: 70x100 1/32. (обложка) ISBN 978 - 5 -16 - 010200 -9, 500 экз.	