

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 04.04.2024 10:49:03
Уникальный идентификатор:
46f7031a704695f8b114e91ff81e17726331d25a8

Аннотация рабочей программы дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинг организаций государственной и муниципальной сферы
Краткое содержание	Теоретические основы маркетинга в государственном и муниципальном управлении. Покупательское поведение и сегментирование рынка. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в государственном и муниципальном управлении. Товар и товарная политика в системе государственных закупок. Ценообразование и ценовая политика в организациях государственной и муниципальной сферы. Сбытовая политика государственных и муниципальных организаций. Политика продвижения товара на рынок в системе государственного и муниципального управления. Стратегии маркетинга в системе государственного и муниципального управления. Управление маркетингом в организациях государственной и муниципальной сферы.
Результаты освоения дисциплины	Использует современные маркетинговые методы анализа деятельности организаций государственной и муниципальной сферы Использует современные методы маркетинга в управлении организацией государственной и муниципальной сферы
Трудоемкость, з.е.	6
Форма отчетности	Экзамен Курсовая работа
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Егоров, Ю.Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2024. — 292 с. 2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л.А. Данченко [и др.]; под редакцией Л.А. Данченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 486 с. 3. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под редакцией Л.П. Дашкова. — 5-е изд., стер. — Москва: Дашков и К, 2022. — 252 с.
Дополнительная литература	1. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник — 6-е изд., стер. / В.А. Алексунин. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 216 с. 2. Егоршин, А.П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов / А.П. Егоршин. - 2-е изд., доп. и перераб. - Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. - 302 с. 3. Корнеева, И.В. Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / И.В. Корнеева, В.Е. Хруцкий. - Москва: Юрайт, 2023. - 436 с. 4. Маркетинг: модели, технологии, инструменты. Учебник для вузов / Под ред. Г.Л. Азоева. — СПб.: Питер, 2023. — 544 с. 5. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т.А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. 6. Лукина А.В. Маркетинг: учебное пособие А.В. Лукина. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 240 с. 7. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. — Москва: КноРус, 2020. — 236 с. 8. Основы маркетинга: учебное пособие / В.Д. Секерин. - Москва: КноРус, 2019. - 231 с. 9. Синяева, И.М. Маркетинг: учебник для вузов / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова. —3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 495 с.