**КРАТКАЯ АННОТАЦИЯ**

**«Промышленный маркетинг»**

**(дисциплина по выбору)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Название специализированного модуля | **Специфические виды маркетинга 2** |
| 2 | Специальность | 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» |
| 3 | Курс обучения | 3 |
| 4 | Семестр обучения | 6 |
| 5 | Трудоемкость в зачетных единицах | 2 |
| 6 | Степень, звание, ФИО | Дудкин Вадим Леонидович |
| 7 | Цель дисциплины | Формирование у будущих специалистов в области электронного маркетинга теоретических знаний и практических навыков в области промышленного маркетинга. |
| 8 | Пререквизиты | основы маркетинга, маркетинговые исследования |
| 9 | Содержание дисциплины | Промышленный маркетинг — особый подход к решению маркетинговых задач. Сегментирование промышленных рынков. Типология продукции производственно-технического назначения, особенности маркетинга. Товарная политика на промышленном рынке. Ценообразование на промышленных рынках. Организация системы сбыта на промышленных рынках. Организация маркетинга на промышленных предприятиях. |
| 10 | Рекомендуемая литература | 1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 406 с. 2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 474 с. 3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 433 с. |
| 11 | Методы преподавания | - организационно-действенные, стимулирующие, контрольно-оценочные;  - словесные, наглядные, практические;  - пассивные, активные, интерактивные. |
| 12 | Язык обучения | русский |