

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Маркетинг в строительстве»

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата  
08.03.01 Строительство

Направленность: Промышленное и гражданское строительство

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ (72 академических часа)

Семестр: 8 (очная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины

Сущность, цели, объекты и виды маркетинга. Маркетинговая среда и ее влияние на результаты маркетинговой деятельности. Процесс управления маркетингом. Организационные структуры служб маркетинга на предприятии. Понятие и сущность товара, его свойства и классификация. Понятие и структура товарной политики. Позиционирование товаров на рынке и маркетинговые решения по товарному позиционированию. Товарная номенклатура и товарный ассортимент. Товарная марка, упаковка и маркировка товара, сервисное обслуживание. Жизненный цикл товара и товарные инновации. Понятие, функции и виды цен. Ценовая политика предприятия и ее содержание. Понятие канала распределения, его характеристика и выполняемые функции. Система товародвижения и содержание работы по организации товародвижения. Сущность, виды и порядок проведения контроля. Объекты контроля. Внутренняя и внешняя ревизии маркетинга.