

**Teema auditoorse õppetöö ajakava ja alateemade loetelu**

Jrk nr	Объём в часах	Краткое содержание темы	Критерии оценивания и задания	Учебный метод
1	4	Роль маркетинга в процессе создания ценности для клиентов и владельцев. Маркетинговый комплекс.	Маркетинговая терминология	Лекция
2	4	Потребности и пожелания клиентов. Маркетинговые исследования для принятия маркетинговых решений и определения рыночного спроса.	Практическая работа - анализ разных групп клиентов и их потребностей в зависимости от компании и портфеля продуктов	Групповая работа
3	4	Сегментация рынка. Почему и как потребители принимают решения о покупке	Анализирует разные группы клиентов и их потребности	Презентация
4	6	Покупательское поведение потребителей	Анализ необходимой информации от потребителей	Ситуационный анализ
5	4	Целевые группы в соответствии с потребительскими привычками и образом жизни	Работа в команде : дает оценку продукция компании соответствие ожиданиям клиентов и цели компании, на основе портфеля продуктов	Совместная работа. Соответствие продукта ожиданиям клиентов
6	4	Третий уровень продукта. Продукт и Жизненный цикл. Продуктовый портфель.	Оценивает соответствие продуктов компании ожиданиям клиентов и целям компании на основе портфеля продуктов компании.	Ситуационные задачи
7	4	Ценообразование, распределение.	Собирает данные, необходимые для установки цен, и делает Предложения по местам продажи с учетом специфики компании	Ситуационные задачи
8	3	Зачёт		
9	3	Обратная связь по предмету и заданиям.		