

Аннотация

Предисловие

Содержание тем курса

Тема 1. Актуальность и необходимость использования маркетинга в торговле

Тема 2. Маркетинг в оптовой торговле. Особенности маркетинга в оптовой торговле

Тема 3. Маркетинг в розничной торговле. Сущность и задачи маркетинга в деятельности торговой организации

Тема 4. Сетевая торговля и ее преимущества. Лидеры рынка сетевой торговли, их опыт

Тема 5. Мерчандайзинг в системе управления продажами

Тема 6. Маркетинговая среда торговых организаций и ее влияние на результаты их деятельности на рынке

Тема 7. Стратегия целевого маркетинга торговых организаций. Сегментация рынка, оценка и выбор сегментов, позиционирование

Тема 8. Комплекс торгового маркетинга и его особенности

Тема 9. Маркетинговый подход к формированию ассортиментной политики розничного торгового предприятия

Тема 10. Ценообразование в торговом маркетинге

Тема 11. Продвижение в торговом маркетинге

Тема 12. Дополнительные элементы комплекса торгового маркетинга

Тема 13. Проблемы поддержания конкурентоспособности торгового предприятия на рынке. Виды конкурентных преимуществ торговых организаций

Тема 14. Маркетинговые стратегии организаций розничной торговли

Тема 15. Брендинг в розничной торговле

Тема 16. Будущее розничной торговли

Глоссарий

Тесты

Задания

Кейсы

Задания для самостоятельной работы студентов (СРС)

Индивидуальные задания по выбору студентов

Список литературы