

«Менеджмент в инвестиционно-строительном комплексе»

Курс «Маркетинг продукции и услуг»

Краткая аннотация курса. Всякое общество со специализацией производства требует обмена и повсеместно сталкивается с проблемами распределения и поиском ответа на вопрос: что и сколько производить, как проинформировать об этом Потребителей, какой уровень цен необходимо установить? Ответы на все эти вопросы призван дать маркетинг.

Курс направлен на формирование у слушателей понимания маркетинга, с одной стороны, как управленческой концепции, формирующей образ мышления и действия строительной компании на рынке, с другой – как важнейшей функции управления, координирующей усилия производства, финансов, управления персоналом для достижения стратегических целей и решения тактических задач.

Отличительная особенность курса – большое количество практических примеров из опыта позиционирования и работы с потребителями услуг и продукции предприятий строительной отрасли.

Содержание курса. Курс состоит из 12 лекций (24 акад. часа), практических занятий и интерактивных консультаций (6 акад. часов). Основные вопросы, рассматриваемые в курсе:

Современная теория маркетинга для строительных компаний.

Внешняя среда маркетинга. Понимание Потребителя и организация эффективных взаимоотношений с участниками рынка.

Ценообразование в строительных компаниях.

Маркетинговые коммуникации в строительстве.

Внутренний маркетинг в строительной компании.

Контроль реализации плана маркетинга.

Практическое занятие проводится в форме кейса. Слушателям будет предложено разработать план повышения конкурентоспособности для строительной компании.

Формой итогового контроля по данному курсу является зачет, проводимый в виде письменного ответа на вопросы билета.