

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление маркетингом»

Дисциплина «Управление маркетингом» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цели: формирование у студентов комплексного представления о целях, методах и инструментах управления маркетингом **Задачи:** - формирование у студентов знаний о теориях управления маркетингом; инструментах выбора и реализации маркетинговых стратегий, элементах комплекса маркетинга, основных показателях эффективности маркетинговой деятельности организации; - формирование умения анализировать стратегические возможности маркетинга, разрабатывать программы достижения маркетинговых стратегий; проводить анализ маркетинговой деятельности организации и ее внешней среды, определять отраслевую специфику маркетинга, оценивать эффективность предлагаемых решений; проводить анализ рисков; - формирование навыков анализа конкуренции и потребителей, а также стратегических возможностей организации, разработки плана маркетинга; владения методами и инструментами оценки маркетинговых проектов с учетом специфики отрасли и потребителя в целях выбора и разработки инструментов комплекса маркетинга..

Изучаемые объекты дисциплины

- процесс управления маркетингом, - маркетинговые стратегии, - элементы комплекса маркетинга, - инструменты и методы стратегического маркетингового анализа..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		6
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	72	72
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	28	28
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	40	40
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	108	108
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен	36	36
Дифференцированный зачет		
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	216	216

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
6-й семестр				
Модуль 1. Управление маркетингом: ориентация на рынок	10	0	14	36
Тема 1. Современные функции управления маркетингом, подходы к комплексу маркетинга. Тема 2. Корпоративный уровень управления маркетингом. Стратегии маркетинга (портфельные, роста, конкурентные). Конкурентные преимущества и УТП. Бенчмаркинг Тема 3. Функциональный уровень управления маркетингом. Сегментирование. Таргетирование. Позиционирование. Брендинг. Дифференциация. Тема 4. Инструментальный уровень управления маркетингом. Процессы управления ассортиментом, ценообразованием, сбытом, продвижением, клиентом.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 3. Управление маркетингом: подходы, отраслевая специфика, тренды	9	0	13	36
Тема 8. Особенности отраслевого маркетинга (маркетинг территорий, знаний, промышленности и др.) Тема 9. Частные применения маркетинга: клиентоориентированность, партнерство, латеральный и цифровой маркетинг и пр. Тема 10. Тренды и тенденции современного маркетинга				
Модуль 2. Управление маркетингом: процесс создания цепочки ценностей	9	0	13	36
Тема 5. Управление маркетингом: контроль, организация, затраты Тема 6. Кризисный маркетинг. Маркетинговые риски Тема 7. Результативность и эффективность маркетинга				
ИТОГО по 6-му семестру	28	0	40	108
ИТОГО по дисциплине	28	0	40	108