**АННОТАЦИЯ**

**Стратегический маркетинг**

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление", заочная форма обучения.

**Цель дисциплины:** «Стратегический маркетинг» - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление" следующих компетенций: способность анализировать, определять и эффективно использовать человеческий, социальный и интеллектуальный капитал, а также накопленные организацией знания, применяя при этом необходимые лидерские и коммуникативные навыки (ПКН-8); способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3); способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6).

**Место дисциплины в структуре ООП** - дисциплина «Стратегический маркетинг» является дисциплиной вариативной части модуля дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала, направления 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление".

**Краткое содержание:**

Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Разработка маркетинговой стратегии компании. Базовые маркетинговые стратегии и стратегические матрицы. Контроль, оценка и аудит маркетинга.