

Аннотация дисциплины

«Управление маркетингом»

Цель дисциплины: формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в управлении организацией.

Место дисциплина в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплине профиля вариативной части профессионального цикла основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент профиль «Маркетинг».

Краткое содержание: Понятие и сущность; принципы, цели и функции маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Современные виды маркетинга: нейромаркетинг; цифровой, сенсорный, латеральный маркетинг. Маркетинговые исследования: виды, методы и направления. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности, маркетинговая информационная система (МИС). Маркетинговая среда: понятие, характеристики и особенности исследования. Исследования потребителей. Сегментирование рынка: понятие, признаки и критерии, отбор целевых сегментов, выбор варианта охвата рынка. Позиционирование на рынке. Маркетинг как интегрирующая функция принятия управленческих решений. Концепция управления маркетингом. Маркетинговые стратегии: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Маркетинговый план. Организационное построение службы маркетинга. Планирование и контроль маркетинга. Элементы комплекса маркетинга: товарная, ценовая, распределительная и коммуникационная политики. Управление товарной политикой. Управление ценовой политикой. Управление политикой распределения. Управление коммуникационной политикой. Управление продажами. Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности. Маркетинг территорий. Инновационный маркетинг. Финансовый маркетинг. Международный маркетинг.