

Аннотация дисциплины «Стратегический маркетинг»

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных компетенций в области стратегического управления маркетингом в организации, принятии тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.

Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина модуля дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала основной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент направленность программы магистратуры «Финансовый менеджмент и рынок капиталов».

Краткое содержание: управление стратегическим маркетингом на всех уровнях: операционном, функциональном, корпоративном, институциональном (управление товаром, ценой и сервисом). Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Значение стратегического маркетинга как интегрирующей функции в принятии управленческих решений. Значение маркетинговой информационной среды и содержание стратегии в организации маркетинговой деятельности. Портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии, стратегические матрицы БКГ, Джи-И-Маккензи. Формирование конкурентных преимуществ организации и управление стратегическим маркетингом на функциональном уровне. Процессы сегментации рынка, выбора целевых сегментов, позиционирования и репозиционирования, план разработки комплекса маркетинга.