

**Аннотация**  
**рабочей программы учебной дисциплины**  
**«B2B-Маркетинг»**  
**подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»**  
**профиль «Управление проектами»**

**1. Цель дисциплины:**

Способствовать формированию современного маркетингового мышления, накоплению и систематизации знаний, приобретению компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении современных концепций, методов и моделей B2B маркетинга.

Изучается в 8 семестре (очная, заочная форма).

**Задачи дисциплины:**

- изучение особенностей B2B маркетинга, методов и инструментов маркетинга, используемых на рынках B2B;
- ознакомление с современными тенденциями в развитии теоретических основ и практики B2B маркетинга, включая разработку и использование моделей ценности товаров и услуг, маркетинг взаимодействия и партнёрских отношений, маркетинг, ориентированный на стоимость, использование ИТ- технологий в маркетинговой деятельности;
- формирование компетенций, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области маркетинга на рынках B2B, при разработке маркетинговых планов и проектов;
- приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения основных задач маркетинга применительно к рынкам B2B.

**2. Место дисциплины в структуре ОП.** Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля (Блок 3).

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Основы бизнеса», «Маркетинг», «Основы брендинга».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Маркетинг территорий», «Маркетинговые исследования».

**3. Требования к результатам освоения дисциплины.**

Владение категориальным аппаратом, а также основными положениями стандартов управления проектами, применение в практической деятельности математических методов управления проектами, а также специализированных программных продуктов (**ПКП-1**).

Способность применять основные инструменты планирования проекта, в частности, формирование иерархической структуры работ, планирование и оптимизация расписания проекта, планирование и оптимизация необходимых ресурсов, стоимости и бюджета проекта, планирование закупок, коммуникаций, качества и управления рисками проекта, владение принципами интеграции различных процессов проекта (**ПКП-3**).

Способность участвовать в процессах исполнения, мониторинга и контроля проектов, для чего осуществлять руководство исполнителями, применять инструменты контроля содержания и управления изменениями в проекте, реализовывать мероприятия по обеспечению ресурсами, распределению информации, подготовке отчетов, мониторингу и управлению сроками, стоимостью, качеством и рисками проекта (**ПКП-4**).

В результате изучения дисциплины студент должен

**знать:**

- место и значение маркетинговых решений в управлении организациями;

- логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями;
- результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями;
- этапы и место маркетинговых исследований в соответствии с разработанной программой;

**уметь:**

- применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений для повышения эффективной деятельности компаний, использовать полученную информацию для совершенствования маркетинговой стратегии предприятия;
- распределять полномочия и компетенции в процессе разработки стратегических решений;
- обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы;
- проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

**владеть:**

- базовыми навыками приобретать и использовать новые знания и умения;
- первоначальным опытом разработки и принятия стратегических решений и программ;
- способами и методами позволяющими выявлять и формулировать актуальные научные проблемы;
- опытом разработки самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой промышленного предприятия.

**Распределение времени по видам занятий**

**Очная форма:**

Объем часов аудиторных занятий 48 час.

Лекции 16 час.

Семинарские и практические занятия 32 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 60 час.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).

**Заочная форма:**

Объем часов аудиторных занятий 12 час.

Лекции 4 час.

Семинарские и практические занятия 8 час.

Зачет

Самостоятельная работа студентов (СРС) 96 час.

В т.ч. контрольная работа

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 108 часов (3 з.е.).