Аннотация дисциплины

Управление маркетингом

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент организации», заочная форма обучения.

Цель дисциплины: в рамках изучения «Управления маркетингом» основное внимание уделено системе маркетинга и ее функциональным связям; управленческим маркетинговым решениям – стратегиям и параметрам комплекса маркетинга; уровням управления маркетинга; управлению товаром, распределением, ценой и продвижением; планированию и программам маркетинга; контролю и аудиту, мониторингу и контроллингу; оценке качества и эффективности маркетинга.

Место дисциплины в структуре ООП - дисциплина «Управление маркетингом» является дисциплиной модуля профиля направления 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент организации».

Краткое содержание:

Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционировнаие, разработка комплекса маркетинга. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление товаром, ценой, каналами распределения и коммуникационными маркетинговыми средствами. Функциональные связи маркетинга на предприятии. Типовое положение и организационные структуры службы маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Контроль, оценка и аудит маркетинга.