

Аннотация дисциплины

Стратегический маркетинг

Цель дисциплины

- формирование у студентов профессиональных компетенций в области стратегического управления маркетингом на предприятии, принятии тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.

Место дисциплины в структуре ОП (Б.1.1.3.4.): относится к модулю дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику ВУЗа обязательной части для направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы Финансовый маркетинг.

Краткое содержание дисциплины

Изучение дисциплины «Стратегический маркетинг» позволит приобрести знания и практические навыки в управлении стратегическим маркетингом на всех уровнях: операционном, функциональном, корпоративном, институциональном (управление товаром, ценой и сервисом). Раскроет особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм, а также покажет значение стратегического маркетинга как интегрирующей функции в принятии управленческих решений. Раскроет значение маркетинговой информационной среды и содержание стратегии в организации маркетинговой деятельности. В учебнике подробно будут рассмотрены портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии, стратегические матрицы БКГ, Джи-ИМаккензи. С помощью учебника читатели получают представления о том, как формировать конкурентные преимущества предприятия и управлять стратегическим

маркетингом на функциональном уровне, т.е. подробно будут рассмотрены процессы сегментации рынка, выбора целевых сегментов, позиционирования и репозиционирования, а также подробно будет дан план разработки комплекса маркетинга.