

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины:

Цель дисциплины «Стратегический маркетинг» - 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:

Дисциплина «Стратегический маркетинг» входит в блок части, формируемой участниками образовательных отношений и цикл дисциплин модуля инвариантных дисциплин, отражающих специфику вуза для студентов направления подготовки магистров 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Корпоративное управление»).

Краткое содержание:

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, покажет значение маркетинговой информационной среды и содержание стратегии в организации маркетинговой деятельности. В ходе изучения дисциплины подробно будут рассмотрены портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии, стратегические матрицы БКГ, Джи – И - Маккензи. С помощью знаний, полученных на лекционных и семинарских занятиях, студенты 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.