

## **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ**

Цель дисциплины - формирование знаний в области управления маркетингом.

Содержание дисциплины:

Маркетинг как интегрирующая функция принятия управленческих решений. Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием. Подходы к выработке стратегии маркетинга на предприятии. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне. Организационные подходы сегментации рынка. Маркетинг на инструментальном уровне: управление товаром. Управление ценовой политикой. Управление распределением. Управление маркетинговыми коммуникациями. Организация управления маркетингом на предприятии. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. Портфельные, функциональные и инструментальные стратегии. Оценка, контроль и аудит (ревизия) маркетинга.