

«Управление маркетингом»

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексных знаний в области системы управления маркетингом субъектов предпринимательства и развитие практических навыков эффективного использования маркетингового инструментария в профессиональной деятельности по направлению подготовки.

Краткое содержание: маркетинг как интегрирующая функция принятия управленческих решений. Сущность и механизм управления маркетингом. Маркетинг как рыночная концепция управления производством и реализацией товаров, ориентированная на установленный платежеспособный спрос. Маркетинг как интегрирующая функция управления предприятием в конкурентной среде.

Место маркетинга в стратегическом управлении предприятием

Цели предприятия и цели маркетинга. Понятие и сущность стратегического управления предприятием, место маркетинга в стратегическом управлении предприятием.

Подходы к выработке стратегии маркетинга на предприятии

Управление маркетингом на корпоративном уровне. Понятие стратегического хозяйственного портфеля (СХП) или стратегических зон хозяйствования. Выбор стратегии маркетинга в зависимости от СХП. Хозяйственный портфель как базис стратегического планирования и управления маркетингом на предприятии.