

Аннотация дисциплины

Стратегический маркетинг

Рабочая программа дисциплины предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление".

Цель дисциплины: «Стратегический маркетинг» - формирование у студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление" следующих компетенций:

-способность анализировать, определять и эффективно использовать человеческий, социальный и интеллектуальный капитал, а также накопленные организацией знания, применяя при этом необходимые лидерские и коммуникативные навыки (ПКН-8);

-способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3);

-способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6).

Место дисциплины в структуре ООП - дисциплина «Стратегический маркетинг» является дисциплиной обязательной части модуля общепрофессиональных дисциплин направления 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа "Корпоративное управление".

Краткое содержание:

Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы. Конкурентоспособность как основа стратегии маркетинга. Стратегический и операционный маркетинг. Разработка маркетинговой стратегии компании. Базовые маркетинговые стратегии и стратегические матрицы. Контроль, оценка и аудит маркетинга.