

## **Аннотация дисциплины «Маркетинг в малом бизнесе»**

**Цель дисциплины:** формирование теоретических знаний в области теории маркетинга, а также уяснение возможностей их практического использования в маркетинговой деятельности субъектов малого бизнеса. Курс посвящен рассмотрению проблем деятельности субъектов малого бизнеса в условиях постоянно меняющейся конкурентной среды, требующих постоянного совершенствования предпринимательской деятельности, связанной с созданием, распределением и продвижением товаров и услуг.

**Место дисциплины в структуре ООП:** Дисциплина по выбору (профильный блок) модуля дисциплин, углубляющих освоение профиля вариативной части ООП по направлению подготовки 38.03.02-Менеджмент, профиль «Маркетинг».

### **Краткое содержание:**

Сущность маркетинга в малом бизнесе в современных условиях. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга применительно к субъектам малого бизнеса. Факторы маркетинговой среды предприятия. Анализ маркетинговой среды малого предприятия с помощью различных методик: PEST/STEP-анализ, QUEST-анализ, ETOM-анализ, SWOT-анализ и другие. Основные инструменты маркетинга и возможности манипулирования ими с целью овладения рынком. Назначение и процедура применения основных приемов маркетинга – сегментирование рынка и позиционирование рыночного предложения малого предприятия. Основные формы организации маркетинга на малом предприятии и принципы управления маркетинговой деятельностью. Процесс разработки маркетинговых планов, увязка их с вопросами бюджетирования маркетинговой деятельности, а также осуществление контроля маркетинга малого предприятия.