

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Стратегический маркетинг»

Цель дисциплины: 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 ООП: дисциплина модуля дисциплин инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала основной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент магистерская программа «Финансовый менеджмент и рынок капиталов».

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. Раскроет значение маркетинговой информационной среды и содержание стратегии в организации маркетинговой деятельности. В учебнике подробно будут рассмотрены портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии, стратегические матрицы БКГ, Джи-ИМаккензи. С помощью учебника читатели 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.