

## **Аннотация дисциплины «Современный маркетинг»**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов теоретических знаний о современных особенностях маркетинговой деятельности на российских и зарубежных рынках и приобретение практических навыков в области стратегического и операционного маркетинга.

**Место дисциплины в ООП:** относится к дисциплинам модуля дисциплин, инвариантных для направления подготовки, отражающих специфику филиала вариативной части основной образовательной программы и учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 - «Менеджмент» магистерская программа «Корпоративное управление».

**Краткое содержание:** Маркетинг в современных организациях. История маркетинговой мысли. Изменение роли маркетинга в организациях. Разработка стратегий маркетинга, ориентированных на потребителя. От маркетинга, основанного на транзакциях, к маркетингу взаимоотношений. Межличностные и личные детерминанты поведения потребителей. Управление взаимоотношениями с потребителем (CRM). Маркетинг 3.0: новые отличительные черты современного маркетинга. Стратегический маркетинг: новые акценты и технологии. Значимость глобального маркетинга. Нетрадиционный маркетинг. Инструменты принятия маркетинговых решений. Компьютерные технологии в маркетинговых исследованиях. Стратегии выхода на целевые рынки. Методы операционного маркетинга. Товар и товарная политика в системе маркетинга. Управление брендами для достижения конкурентного преимущества. Коммерческое ценообразование: методы и стратегии. Современные каналы продаж. Решения, связанные со стратегиями по каналам сбыта. Вертикальные маркетинговые системы. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Разработка оптимального промоушн-микса. Измерение степени эффективности продвижения. Этика и социальная ответственность. Этические вопросы маркетинга. Маркетинговые этические нормы. Социальная ответственность маркетинга. Устойчивый маркетинг и “зеленый” потребитель.